

**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DALAM MEMBANGUN  
BRAND AWARENESS EVENT DBL WEST SUMATERA SERIES 2024**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Andalas*

Oleh :

**SYIFA LUTFIA RAHFI**

**2010863014**



Acc. Syifa Skripsi  
R  
17  
12 24

Acc. Syifa Skripsi  
7/1/2025  
R  
PM 16.2.

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2025**

**INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DALAM MEMBANGUN  
BRAND AWARENESS EVENT DBL WEST SUMATERA SERIES 2024**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata  
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Andalas*

Oleh :

**SYIFA LUTFIA RAHFI**

**2010863014**

Pembimbing :

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si**

**Revi Marta, M.I.Kom**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2025**

# ABSTRAK

## INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS EVENT DBL WEST SUMATERA SERIES 2024*

Oleh :  
Syifa Lutfia Rahfi  
2010863014

Dosen Pembimbing :  
Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si  
Revi Marta, M.I.Kom

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana Instagram @dblpadang sebagai media publikasi dalam membangun *brand awareness event* DBL West Sumatera Series 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan publikasi yang dilakukan Instagram @dblpadang dalam membangun *brand awareness event* DBL West Sumatera Series 2024 dan mengetahui kelebihan serta kelemahan Instagram @dblpadang sebagai media publikasi dalam membangun *brand awareness event* DBL West Sumatera Series 2024. Penelitian ini menggunakan teori *The Circular Model of SOME* sebagai kerangka konseptual, yang menyoroti pentingnya siklus komunikasi dalam media sosial, termasuk strategi pengelolaan konten, interaksi dengan audiens, dan dampaknya terhadap kesadaran merek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan paradigma post-positivisme. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak DBL Padang berhasil memanfaatkan Instagram sebagai media publikasi *event* DBL West Sumatera Series dalam membangun *brand awareness* melalui fitur-fiturnya, seperti *Stories*, *Reels*, dan *feeds*, untuk menyajikan konten yang informatif, menghibur, dan relevan dengan audiens. Kelebihan utama akun ini adalah selalu *up-to-date* dan *real-time* serta menyajikan konten yang informatif dan menghibur. Namun, kelemahan yang ditemukan adalah keterbatasan dalam menjangkau audiens di luar komunitas basket dan tidak adanya respon dalam kolom komentar. Instagram @dblpadang telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam membangun *brand awareness event* DBL West Sumatera Series 2024, meskipun terdapat beberapa area yang perlu diperbaiki untuk membangun *brand awareness* melalui publikasi media, seperti optimalisasi fitur *Instagram Ads* dan interaksi langsung dengan audiens.

**Kata kunci:** Instagram, media publikasi, *brand awareness*, DBL West Sumatera Series, media sosial

## **ABSTRACT**

### **INSTAGRAM AS A PUBLICATION MEDIA IN BUILDING BRAND AWARENESS FOR THE DBL WEST SUMATERA SERIES 2024**

**By :**

**Syifa Lutfia Rahfi**

**2010863014**

**Supervisor :**

**Dr. Elva Ronaning Roem, M.Si**

**Revi Marta, S.Sos, M.I.Kom**

*This study examines how Instagram @dblpadang as a publication media in building brand awareness of the DBL West Sumatera Series 2024 event. This study aims to describe the publications made by Instagram @dblpadang in building brand awareness of the DBL West Sumatera Series 2024 event and to determine the strengths and weaknesses of Instagram @dblpadang as a publication media in building brand awareness of the DBL West Sumatera Series 2024 event. This study uses The Circular Model of SOME theory as a conceptual framework, which highlights the importance of the communication cycle in social media, including content management strategies, interactions with audiences, and their impact on brand awareness. The research method used is a descriptive qualitative method with a post-positivism paradigm approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and document analysis. The results of the study show that DBL Padang has successfully utilized Instagram as a publication medium for the DBL West Sumatera Series event in building brand awareness through its features, such as Stories, Reels, and feeds, to present informative, entertaining, and relevant content to the audience. The main advantage of this account is that it is always up-to-date and real-time and presents informative and entertaining content. However, the weaknesses found are the limitations in reaching audiences outside the basketball community and the lack of response in the comments column. Instagram @dblpadang has made a significant contribution to building brand awareness for the 2024 DBL West Sumatra Series event, although there are several areas that need to be improved to build brand awareness through media publications, such as optimizing the Instagram Ads feature and direct interaction with the audience.*

**Keywords:** *Instagram, media publication, brand awareness, DBL West Sumatra Series, social media*