

***DIGITAL MARKETING RAPHA'S JUICE DAN SDW KITCHEN
(STUDI MEMBANGUN BRAND AWARENESS HEALTHY FOOD
DI INSTAGRAM PADA MASYARAKAT KOTA PADANG)***

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

Oleh:

Tiara Rahmi Khairani
1510862020

Pembimbing:

Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2020**

ABSTRAK

DIGITAL MARKETING RAPHA'S JUICE DAN SDW KITCHEN (STUDI MEMBANGUN *BRAND AWARENESS HEALTHY FOOD* DI *INSTAGRAM* PADA MASYARAKAT KOTA PADANG)

Oleh:

**Tiara Rahmi Khairani
1510862020**

Pembimbing Skripsi:

**Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Perkembangan teknologi yang diikuti dengan perkembangan internet tidak dapat dipungkiri mengubah gaya hidup orang saat ini. Banyak orang yang bergantung dengan internet dalam setiap aktivitas, termasuk dalam aktivitas pemasaran. Kehadiran internet kini membuat strategi pemasaran yang dahulunya konvensional berubah menjadi digital atau yang biasa disebut dengan *digital marketing*. Perkembangan strategi pemasaran menjadi bentuk *digital marketing* tersebut dimanfaatkan oleh banyak pelaku usaha, tak terkecuali bagi Rapha's Juice dan SDW Kitchen. Mereka memanfaatkannya sebagai upaya untuk mempromosikan produk kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui dan *aware* terhadap produk *healthy food* sehingga *brand awareness* dapat terbangun. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penggunaan *digital marketing* pada *Instagram* Rapha's Juice dan SDW Kitchen serta mengetahui hambatan komunikasi yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan teori *computer mediated communication*. Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai enam orang yang terlibat dengan aktivitas *digital marketing* dari Rapha's Juice dan SDW Kitchen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rapha's Juice dan SDW Kitchen menggunakan *Instagram* sebagai bentuk *digital marketing* dalam membangun *brand awareness*. Melalui akun @rapha_padang dan @sdw_kitchen, mereka menyebarkan informasi produk kepada khalayak dengan melakukan postingan, menggunakan *caption* dan *hashtag* yang menyangkut tentang *healthy food*, serta memanfaatkan berbagai fitur yang ada pada di *Instagram*, seperti fitur *Instagram Stories*, fitur *Stories Highlight*, fitur *Comment*, dan fitur *Direct Message*. Pada akun @rapha_padang, hambatan komunikasi yang terjadi dalam pengelolaan *digital marketing* yaitu kurang konsistennya dalam melakukan postingan dan ide-ide dalam menentukan konten postingan, bingung dalam menentukan isi *caption*, kurangnya pemahaman tentang informasi *healthy food* yang benar dari pengguna media sosial, dan adanya konsumen yang *hit and run* ketika melakukan pesanan melalui *Instagram*. Sedangkan pada akun @sdw_kitchen, hambatan komunikasi yang terjadi yaitu kurangnya kreatifitas dalam membuat desain postingan, pernah terjadinya pembobolan pada akun *Instagram* @sdw_kitchen, dan belum masuknya jaringan *wifi* pada tempat produksi.

Kata kunci: *digital marketing, instagram, brand awareness, healthy food.*

ABSTRACT

THE DIGITAL MARKETING OF RAPHA'S JUICE AND SDW KITCHEN (STUDY OF BUILDING HEALTHY FOOD BRAND AWARENESS ON INSTAGRAM TO THE SOCIETY OF PADANG CITY)

By:

**Tiara Rahmi Khairani
1510862020**

Supervisors:

**Dr. Rahmi Surya Dewi, M.Si
Revi Marta, M.I.Kom**

Technological developments that followed by the development of Internet can't be denied have changed the lifestyles of people today. Many people rely on the internet in all activities, including in marketing activities. The presence of the Internet has made the marketing strategy which previously was conventional turned into digital, or referred to as digital marketing. The development of marketing strategy into digital forms of marketing is used by many businesses, including Rapha's Juice and SDW Kitchen. They use it as an effort to promote their products to the public so that people know and aware of healthy food products, thus their brand awareness can be built. This study was aimed to describe the use of digital marketing on Rapha's Juice and SDW Kitchen's Instagram and find out the obstacles of communications that occurred. This study used qualitative descriptive method with constructivism paradigms and the theory of computer-mediated communication. Data was collected by interviewing six people that involved with digital marketing activity in Rapha's Juice and SDW Kitchen. The results showed that Rapha's Juice and SDW Kitchen uses Instagram as a form of digital marketing to build brand awareness. Through @rapha_padang and @sdw_kitchen accounts, they advertise their products information to the public by posting, using captions and hashtags surrounding about healthy food, as well as taking advantage of various features on Instagram, such as Instagram Stories, Stories Highlight, Comments, and the Direct Message feature. On @rapha_padang account, communication obstacles that occurred in the management of digital marketing was the lack of consistency in posting and the lack of determining ideas of the post contents, confused in determining the caption contents, the lack of knowledge about the correct healthy food informations from social media users, and the existency of hit-and-run consumers when booking via Instagram. While on @sdw_kitchen account, the obstacles of communication that occurred was the lack of creativity in making the post designs, the hacking that once happened at @sdw_kitchen Instagram account, and no wifi networks at the place of production.

Keywords: digital marketing, instagram, brand awareness, healthy food.