

**IMPLEMENTASI *INTERNET MARKETING* DALAM PEMBENTUKAN
BRAND AWARENESS PADA PERUSAHAAN *JASA EVENT ORGANIZER*
(Studi Deskriptif pada *Instagram Redline Communication* Kota Padang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas



Oleh :

Hilma Dahliana
1610862016

Pembimbing :
Dr. Sarmiati, M.Si
Revi Marta M.I.Kom

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2021**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *INTERNET MARKETING* DALAM PEMBENTUKAN *BRAND AWARENESS* PADA PERUSAHAAN JASA *EVENT ORGANIZER* (Studi Deskriptif pada *Instagram Event Organizer Redline Communication* Kota Padang)

Oleh :
Hilma Dahliana
1610862016

Pembimbing Skripsi :
Dr. Sarmiati, M.Si
Revi Marta M.I.Kom

Internet marketing saat ini menjadi komunikasi pemasaran yang banyak digunakan karena memudahkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi, membangun komunikasi dengan konsumen dan membentuk *brand awareness*. *Internet marketing* melalui *Instagram* diimplementasikan oleh perusahaan *event organizer Redline Communication* dalam upaya pembentuk *brand awareness*. Pada penelitian ini, dianalisis secara mendalam bagaimana implementasi *internet marketing* melalui media *Instagram* dalam pembentuk *brand awareness* serta hambatan komunikasi yang terjadi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma konstruktivis serta teori *computer mediated communication*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan pengumpulan dokumentasi pendukung penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Redline Communication* mengimplementasikan *Instagram* sebagai *internet marketing* pada akun @redline_comunication melalui beberapa tahapan, diantaranya tahapan impersonal yaitu komunikasi masif dilakukan melalui media massa yang dalam penelitian ini adalah *Instagram* dengan penyajian konten yang variatif dan berkala, tahapan interpersonal yaitu komunikasi yang dilakukan untuk membangun hubungan sosial dengan cara membuka diri dan memberikan kesan dalam konteks tekstual dengan berkomunikasi melalui fitur *like*, *comment*, dan *direct messages*, *chat* melalui *live* dan *hyperpersonal* yaitu komunikasi yang dilakukan melalui saluran media karena dirasa lebih nyaman dan efektif dibandingkan komunikasi tatap muka dengan memanfaatkan seluruh fitur bisnis dari *Instagram* untuk pembentuk *brand awareness*. Akan tetapi, pada hasil penelitian terlihat bahwa penggunaan fitur *Instagram* sebagai kegiatan *internet marketing* masih ditemukan kekurangan dan masih belum optimal. Hambatan komunikasi yang ditemukan pada penelitian ini adalah belum optimalnya setiap konten, kurangnya konten testimonial, dan kurangnya variatif *caption* dan *hashtag*.

Kata kunci : *internet marketing, instagram, brand awareness, event organizer.*

ABSTRACT

INTERNET MARKETING IMPLEMENTATION IN THE FORMATION OF BRAND AWARENESS IN EVENT ORGANIZER SERVICES COMPANIES (Descriptive Study On Instagram Of Event Organizer Redline Communication, Padang City)

By :
Hilma Dahliana
1610862016

Supervisors :
Dr. Sarmiati, M.Si
Revi Marta M.I.Kom

Internet marketing is currently a widely used marketing communication because it makes it easier for businesses to convey information, build communication with consumers and build brand awareness. Internet marketing through Instagram is implemented by event organizer company Redline Communication in an effort to build brand awareness. In this study, it is analyzed in depth how the implementation of internet marketing through Instagram media in building brand awareness and communication barriers that occur. This study uses a qualitative method with a descriptive approach and constructivist paradigm and computer mediated communication theory. Data collection was carried out by interviewing, observing and collecting research supporting documentation. The results show that Redline Communication implements Instagram as internet marketing on the @redline_communication account through several stages, including the impersonal stage, namely massive communication carried out through mass media, which in this study is Instagram with the presentation of varied and periodic content, interpersonal stages, namely communication carried out for building social relationships by opening oneself and giving impressions in a textual context by communicating through features like, commenting, and direct messages, live and hyperpersonal chat, namely communication through media channels because it feels more comfortable and effective than face-to-face communication by utilizing all business features from Instagram to build brand awareness. However, the research results show that the use of Instagram features as an internet marketing activity is still found to be deficient and still not optimal. Communication barriers that were found in this study were not optimal content, lack of testimonial content, and lack of varied captions and hashtags.

Keywords : *internet marketing, instagram, brand awareness, event organizer.*