



Judul Skripsi:

**ANALISIS STRATEGI PERIKLANAN DARING DALAM
MEMPROMOSIKAN DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Raihan

NIM : 1710411089



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihan

NIM : 1710411089

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti NonEksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***ANALISIS STRATEGI PERIKLANAN DARING DALAM
MEMPROMOSIKAN DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Maret 2023

Yang Menyatakan,


Raihan

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip dan dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Raihan

NIM : 1710411089

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan Saya ini, maka Saya bersedia bertanggung jawab dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Maret 2023



Raihan

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Raihan

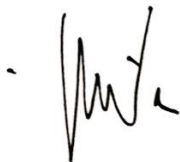
NIM : 1710411089

Program studi : Ilmu Komunikasi S1

Judul Skripsi : Analisis Strategi Periklanan Daring Dalam Mempromosikan Dessert Box Bittersweet By Najla Melalui Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Veteran Jakarta.

Pembimbing Utama



Dra. Siti Maryam, M.Si

Pembimbing Pendamping



Rizkiya Ayu Maulida, MA.

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan penuh kerendahan hati, peneliti mencoba untuk menjelaskan hal yang sangat sederhana, yaitu strategi periklanan Bittersweet by Najla. Hal tersebut dikarenakan banyaknya penelitian mengenai strategi pemasaran tentang Bittersweet by Najla yang dikaji dengan penelitian terhadap keputusan pembelian, namun belum ada yang membahas tentang strategi periklanan daring yang berfokus pada pesan iklan dan metode serta teknik yang digunakan oleh Bittersweet by Najla.

Saya panjatkan puji syukur kepada Allah azza wa jalla atas selesainya penelitian ini, terima kasih kepada ayah dan ibu, Saleh dan Nurillah, yang selalu tidak henti-hentinya mendukung Saya setiap saat, termasuk pada saat proses penelitian. Terima kasih Fauzan, saudara terkasih, tersayang, terhormat yang tak hentinya meminjamkan laptop untuk digunakan dalam proses penelitian ini.

Terima kasih kepada seluruh pembimbing yang tak pernah putus sabar selama ini dalam memberikan bimbingan dan pelajaran yang baik pada saat proses penyelesaian skripsi ini.

Tertanda

Raihan

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PERIKLANAN DARING DALAM MEMPROMOSIKAN DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Bittersweet by Najla telah melakukan promosinya di media sosial dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi utamanya. Insight yang dihasilkan dari penggunaan media promosi tersebut menunjukkan angka yang relatif baik dari para pesaingnya. Namun, maraknya kompetitor yang menawarkan produk serupa menjadi ancaman bagi penjualan Bittersweet by Najla. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan, sebenarnya seberapa besarkah tingkat awareness masyarakat terhadap Bittersweet by Najla? Apa yang menjadi potensi menurunnya trend Bittersweet by Najla? Lalu, bagaimana strategi periklanan daring yang dibangun untuk mengatasi permasalahan tersebut? Hal tersebut akan dibahas pada penelitian kali ini.

Kata kunci: Strategi periklanan, daring, media sosial, brand, Bittersweet by Najla, kompetitor, media promosi.

ABSTRACT

ANALYSIS OF ONLINE ADVERTISING STRATEGIES IN PROMOTING DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM

Bittersweet by Najla has promoted on social media using Instagram as its main promotional media. The insights generated from the use of these promotional media show relatively good numbers from its competitors. However, the rise of competitors offering similar products poses a threat to Bittersweet by Najla's sales. This raises the question, how big is the level of public awareness of Bittersweet by Najla? What is the potential for the downward trend of Bittersweet by Najla? Then, how is the online advertising strategy built to overcome these problems? This will be discussed in this research.

Keywords: Advertising strategy, online, social media, dessert box, brand, Bittersweet by Najla.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
I.4.1 Manfaat Akademis.....	5
I.4.2 Manfaat Praktis.....	5
I.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
II.1 Konsep & Teori Penelitian.....	8
II.1.1 Strategi Periklanan Daring	8
II.1.2 Promosi Penjualan	14
II.1.3 Kesadaran merek (<i>Brand Awareness</i>).....	20
II.1.4 Minat Beli	21
II.1.5 New Media	22
II.1.6 Media Sosial	23
II.1.7 Instagram	24
II.2 Teori Penelitian.....	27
II.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
III.1 Objek Penelitian.....	29
III.2 Jenis Penelitian.....	29
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
III.3.1 Wawancara.....	30

III.3.2 Studi Dokumen	30
III.3.3 Survey Khalayak.....	30
III.4 Sumber Data	31
III.5 Teknik Analisis Data.....	32
III.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	34
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
IV.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan	36
BAB V KESIMPULAN	89
V.1 Kesimpulan.....	89
V. 2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Waktu Penelitian

25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	79
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Owner Bittersweet by Najla	81
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Tim Kreatif Bittersweet by Najla	96
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Konsumen Bittersweet by Najla	101
Lampiran 5 Analisis Data	103