



Sumber: Dokumen Owner @afi_bantal

Judul Skripsi:

**Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Recall*
Dengan Model SOSTAC Melalui Instagram @afi_bantal**

Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Lidya Radiatul Janah

NIM : 2110411025



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA 2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Lidya Radiatul Janah

NIM : 2110411025

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Lidya Radiatul Janah)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Lidya Radiatul Janah
NIM : 2110411025
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

ANALISIS KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN *BRAND RECALL* DENGAN MODEL SOSTAC MELALUI INSTAGRAM @AFI_BANTAL

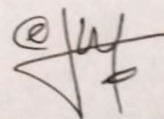
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 22 Juli 2025

Yang menyatakan,



Lidya Radiatul Janah

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Lidya Radiatul Janah
NIM : 2110411025
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand recall* Dengan Model SOSTAC Melalui Instagram @afi_bantal

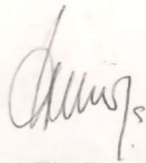
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Kumala Hayati S.Ikom.M.Med.Kom

Penguji 1



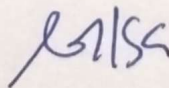
Windhi Tia Saputra, M.Si

Penguji 2



Dra. Hermina Manihuruk, MM

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 11 Juli 2025

Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Recall* Dengan Model SOSTAC Melalui Instagram @afi_bantal

Lidya Radiatul Janah

ABSTRAK

Dahulu bantal bukan merupakan kebutuhan utama bagi banyak orang, namun seiring berkembangnya teknologi informasi dan akses media sosial yang meningkat, kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya bantal berkualitas untuk tidur semakin tinggi. Kondisi ini didukung oleh aktivitas Instagram di Indonesia yang mencapai 103 juta pengguna, menjadi platform penting untuk konten visual dan strategi pemasaran digital. Sebagai usaha mikro yang baru merintis, @afi_bantal menghadapi tantangan besar dalam membangun *brand recall* hal ini dikarenakan banyak merek bantal telah lebih dulu dikenal di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi pemasaran dalam membangun *brand recall* pada akun Instagram @afi_bantal dengan menerapkan model SOSTAC. Penelitian ini menggunakan Model SOSTAC, dengan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi serta teknik analisis data oleh Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @afi_bantal telah melakukan upaya komunikasi pemasaran dasar di Instagram menggunakan model SOSTAC, seperti tahapan *situation analysis* berupa merumuskan penentuan posisi dan menganalisis peluang serta tantangan. Tahap *objectives* menetapkan tujuan membangun *brand recall*. Tahap *Strategy* penetapan STP dan melakukan strategi promosi. Tahap *tactics* berupa taktik komunikasi sederhana termasuk interaksi dan penggunaan testimoni. Tahap *action* yaitu menekankan konten kenyamanan & kualitas, memiliki perencanaan konten yang lebih terarah dan terakhir tahap *control*, meliputi @afi_bantal masih menghadapi kendala dalam konsistensi konten, optimalisasi fitur Instagram, dan perlunya evaluasi *brand recall* yang lebih sistematis.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, *Brand Recall*, Instagram, SOSTAC.

Marketing Communication Analysis In Building Brand Recall With SOSTAC Model Through Instagram @afi_bantal

Lidya Radiatul Janah

ABSTRACT

In the past, pillows were not a primary need for many people, but along with the development of information technology and increasing access to social media, Indonesian people's awareness of the importance of quality pillows for sleeping has increased. This condition is supported by Instagram activity in Indonesia which has reached 103 million users, becoming an important platform for visual content and digital marketing strategies. As a micro-enterprise that is just starting out, @afi_bantal faces a big challenge in building brand recall. This is because many pillow brands have already been known in the market. This study aims to analyze marketing communications in building brand recall on the Instagram account @afi_bantal by applying the SOSTAC model. This study uses the SOSTAC Model, a descriptive qualitative approach using primary data sources and secondary data. Data collection techniques in this study are observation, interviews and documentation as well as data analysis techniques by Miles and Huberman. The results of the study indicate that @afi_bantal has made basic marketing communication efforts on Instagram using the SOSTAC model, such as the situation analysis stage in the form of formulating positioning and analyzing opportunities and challenges. The objectives stage determines the goal of building brand recall. The strategy stage determines STP and carries out promotional strategies. The tactics stage is a simple communication tactic including interaction and use of testimonials. The action stage emphasizes comfort & quality content, has more targeted content planning and finally the control stage, including @afi_bantal still facing obstacles in content consistency, optimizing Instagram features, and the need for a more systematic brand recall evaluation.

Keywords: *Marketing Communications, Brand Recall, Instagram, SOSTAC.*

KATA PENGANTAR

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan selesai dengan tepat pada waktunya. Penulis menulis tugas akhir ini dengan judul "Analisis Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun *Brand Recall* Dengan Model SOSTAC Melalui Instagram @afi_bantal".

Peneliti pastinya mendapatkan berbagai dukungan yang membantu proses penulisan tugas akhir hingga selesai dengan tepat waktu. Peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya atas segala bimbingan maupun dukungan dari berbagai pihak yang turut serta berperan dalam proses penulisan tugas akhir ini, kepada yang terhormat:

1. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos.,MA., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
2. Ibu Kumala Hayati, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran dan bekal ilmu yang bermanfaat.
3. Bapak Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Ibu Dra. Hermina Manihuruk, MM selaku dosen penguji 2 dan juga selaku dosen pembimbing akademik peneliti yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan kepada penelitian ini.
4. Bapak Ahmad Zakki Abdullah, S.IP, M.Si selaku informan ahli yang telah bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini.
5. Orang tua peneliti yaitu ibu Alm. Halimah dan bapak Saruji yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan maupun doa, serta kepada Hasan Basri, Siti Rohmawati, Muhamad Raihan selaku saudara kandung peneliti.
6. Keluarga besar peneliti, Yeni Apriyani, Eka Wati, Cahya Kamila, Agist Nabila Rahman dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Orang terdekat peneliti, teman kampus Qonita Khairunnisa, Mira Andiani, Ella Elanda yang telah membersamai peneliti dalam perkuliahan dan menyusun skripsi ini dengan baik dan saling mendukung satu sama lain.

8. *Owner* usaha Afi Bantal, Achmad Firgy yang telah bersedia untuk di jadikan subjek peneliti dan bersedia menjadi informan kunci pada penelitian ini.
9. Inisial Y dan Nanda Ramadona selaku teman lama peneliti yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti dari awal kenal hingga saat ini.
10. Diri sendiri, yang telah bertahan dan selalu semangat dalam setiap menulis penelitian ini.

Peneliti berharap dengan adanya kritik dan saran yang membangun agar penulis dapat memperbaiki segala kekurangan pada penelitian ini agar dapat bermanfaat bagi seluruh pihak pembaca yang membutuhkan.

Jakarta, 26 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Lidya Radiatul Janah', written in a stylized, cursive script.

Lidya Radiatul Janah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	23
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.2.2 <i>Brand recall</i>	24
2.2.3 Model SOSTAC	26
2.2.4 Instagram.....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4 Sumber Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	37
3.6 Teknik Keabsahan Data	39
3.7 Tabel Rencana Waktu	41
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Usaha Afi Bantal	42
4.1.2 Akun Instagram @afi_bantal	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 <i>Situation Analysis</i> (Analisis Situasi)	46
4.2.2 <i>Objectives</i> (Tujuan).....	53
4.2.3 <i>Strategy</i> (Strategi)	59
4.2.4 <i>Tactic</i> (Taktik).....	66
4.2.5 <i>Action</i> (Aksi)	73
4.2.6 <i>Control</i> (Kontrol)	77
4.3 Pembahasan.....	81
4.3.1 <i>Situation Analysis</i> (Analisis Situasi)	81
4.3.2 <i>Objectives</i> (Tujuan).....	82
4.3.3 <i>Strategy</i> (Strategi)	83
4.3.4 <i>Tactics</i> (Taktik)	84
4.3.5 <i>Actions</i> (Rencana Pelaksanaan).....	85
4.3.6 <i>Control</i> (Kontrol dan Evaluasi).....	86
4.4 Bagan Hasil Penelitian	90
 BAB V.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis	93

5.2.2 Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2 Data Informan Kunci	37
Tabel 3 Data Informan Ahli	40
Tabel 4 Rencana Kegiatan Penelitian	41
Tabel 5 Harga Produk @afi_bantal.....	43
Tabel 6 Koding <i>Situation Analysis</i>	50
Tabel 7 Koding <i>Objectives</i>	57
Tabel 8 Koding <i>Strategy</i>	64
Tabel 9 Koding <i>Tactics</i>	70
Tabel 10 Koding <i>Action</i>	75
Tabel 11 Koding <i>Control</i>	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Responden Tempat Berjualan Survei INDEF (2023)	2
Gambar 2 Data Digital Indonesia (2025)	4
Gambar 3 Akun @afi_bantal (2025).....	5
Gambar 4 Model SOSTAC	26
Gambar 5 Model Interaktif Miles dan Huberman.....	39
Gambar 6 Akun @afi_bantal (2025).....	44
Gambar 7 <i>Pickup</i> Produk @afi_bantal	56
Gambar 8 Strategi Yang Dilakukan @afi_bantal	62
Gambar 9 <i>Postingan</i> Instagram @afi-bantal.....	67
Gambar 10 Testimoni Produk @afi_bantal	68

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berpikir.....	32
Bagan 2 Hasil Penelitian	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara – <i>Open Coding</i>	100
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	181
Lampiran 3 Daftar Riwayat Hidup.....	183
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	185
Lampiran 5 Lembar Perbaikan Skripsi	186
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	189
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi.....	190