

ABSTRAK

Penelitian ini ingin mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran Mahar Agung Organizer (MAO) dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk meningkatkan *Brand Awareness*. Kesadaran merek bukan sesuatu yang hadir dengan sendirinya. Kesadaran merek dibangun melalui suatu strategi pemasaran yang dirancang dengan baik. Seiring perkembangan teknologi, Instagram merupakan salah satu media yang memiliki potensi sebagai satu *tools* komunikasi pemasaran. Di Surabaya, salah satu *Wedding Organizer* yang cukup memiliki progress cukup besar di Instagram adalah Mahar Agung Organizer diantara di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menggali soal bagaimana strategi komunikasi pemasaran Mahar Agung Organizer dalam upaya untuk meningkatkan *Brand Awareness* melalui Instagram. Analisis penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif-deskriptif. Data penelitian diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam kepada beberapa informan serta dengan pelbagai data yang menyangkut permasalahan yang diajukan.

Terdapat temuan dari penelitian ini, antara lain: strategi komunikasi pemasaran dimulai dari MAO yang menemukan manfaat rill Instagram, melakukan pemetaan pasar (konten dan pemirsa), perumusan implementasi program hingga melakukan monitoring, kontroling dan evaluasi program komunikasi pemasaran yang dibuat. Program-program yang dibuat tersebut merupakan peningkatan *brand awareness* Mahar Agung Organizer.

Kata Kunci : Wedding Organizer, Brand Awareness, Komunikasi Pemasaran, Instagram

ABSTRACT

This research wants to describe the marketing strategy of Mahar Agung Organizer (MAO) in utilizing Instagram social media to increase Brand Awareness. Brand awareness is not something that presents itself. Brand awareness is built through a well-designed marketing strategy. As technology develops, Instagram is a medium that has potential as a marketing communication tool. In Surabaya, one of the Wedding Organizer that has quite big progress on Instagram is Mahar Agung Organizer among in Surabaya. This research aims to explore the matter of the marketing strategy of Mahar Agung Organizer in an effort to increase Brand Awareness through Instagram. The analysis of this research uses the case study method with a qualitative-descriptive approach. Research data obtained by conducting in-depth interviews with several informants as well as with various data relating to the problems raised.

There are findings from this research, among other things: marketing communication strategies starting from MAO who find the real benefits of Instagram, conducting market mapping (content and viewers), formulating program implementation to monitoring, counseling and evaluating marketing communication programs that are made. The programs created are an increase in Mahar Agung Organizer brand awareness.

Keywords: *Wedding Organizer, Brand Awareness, Marketing Communication, Instagram*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kuasanya memberi penulis kekuatan dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Mahar Agung Organizer dalam Upaya Meningkatkan Brand Awareness melalui Instagram” ini tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Pendidikan S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Airlangga. Besar harapan agar nantinya skripsi ini mampu menjadi referensi ilmiah tambahan untuk mempelajari tentang brand awareness di media social khususnya Instagram. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moral dan material secara langsung maupun tidak langsung pada penulis selama penyusunan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini nantinya dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi referensi ilmiah bagi dunia Pendidikan.

Surabaya, 26 November 2019

Penulis