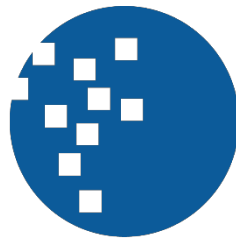


**PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS *BRAND IMAGE*
GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

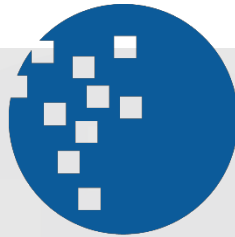
Jennifer Alexandra Sugiharto

00000043554

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM
(STUDI KASUS *BRAND IMAGE*
GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Jennifer Alexandra Sugiharto

00000043554

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jennifer Alexandra Sugiharto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043554

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM (STUDI
KASUS *BRAND IMAGE* GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Desember 2024



(Jennifer Alexandra Sugiharto)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM (STUDI KASUS *BRAND IMAGE* GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL)

Oleh

Nama : Jennifer Alexandra Sugiharto
NIM : 00000043554
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,

S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Pembimbing

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.

NIDN 0314128502

Dr. Arsa Widitiarsa Utovo, S.T., M.Sn.

NIDN 0313068201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jennifer Alexandra Sugiharto

NIM : 00000043554

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

Penerapan *Social Media Marketing* di Instagram (Studi Kasus *Brand Image Golden Rama Tours & Travel*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan letter of acceptance) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun

Tangerang, 14 Desember 2024



(Jennifer Alexandra Sugiharto)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul:

“PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM (STUDI KASUS *BRAND IMAGE* GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana S.I. Kom pada Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penerapan strategi *social media marketing* melalui platform Instagram dapat membantu membangun *brand image* perusahaan Golden Rama Tours & Travel. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, terutama dalam pengembangan *social media marketing* di bidang pariwisata.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Ibu Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Ricky Hilton, Bapak Bertino, dan Ibu Trifia yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi dengan memberikan dukungan dan memberikan kesempatan, informasi, dan data yang relevan untuk penelitian ini.

6. Keluarga saya yang selalu memberikan doa, dukungan moral dan material, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Gilang, Vassel, Andres, Ara, Nina, dan Reyes yang senantiasa selalu ada disaat saya membutuhkan semangat dan motivasi dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan karya ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi akademisi dan praktisi yang bergerak di bidang pemasaran digital dan pariwisata.

Tangerang, 14 Desember 2024



(Jennifer Alexandra Sugiharto)

PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI INSTAGRAM (STUDI KASUS *BRAND IMAGE* GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL)

(Jennifer Alexandra Sugiharto)

ABSTRAK

Pemasaran melalui media sosial telah menjadi salah satu strategi utama dalam memperkuat citra merek perusahaan di era digital. Instagram, sebagai platform berbasis visual, memberikan peluang besar bagi perusahaan pariwisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menciptakan interaksi langsung dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan pemasaran media sosial pada Instagram dalam membangun citra merek Golden Rama Tours & Travel. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan tim Komunikasi Pemasaran dari Golden Rama Tours & Travel, observasi konten Instagram, dan analisis dokumen terkait. Penelitian ini menggunakan teori Pemasaran Media Sosial dengan empat dimensi utama (pembuatan konten, berbagi konten, menghubungkan, dan membangun komunitas) serta teori Citra Merek dengan lima dimensi (identitas merek, kepribadian merek, asosiasi merek, sikap dan perilaku terhadap merek, serta manfaat dan kompetensi merek). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran media sosial yang diterapkan Golden Rama Tours & Travel melalui Instagram telah membantu meningkatkan citra merek perusahaan. Namun, tantangan tetap ada, seperti menjaga konsistensi visual dan meningkatkan keterlibatan melalui fitur-fitur Instagram. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa penerapan pemasaran media sosial yang efektif di Instagram tidak hanya memperkuat citra merek tetapi juga mendukung perusahaan dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi fitur-fitur Instagram dan peningkatan interaksi audiens untuk hasil yang lebih maksimal.

Kata kunci: Pemasaran Media Sosial, Citra Merek, Instagram, Golden Rama Tours & Travel

THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM (A CASE STUDY OF BRAND IMAGE OF GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL)

(Jennifer Alexandra Sugiharto)

ABSTRACT

Social media marketing has become one of the key strategies in strengthening a company's brand image in the digital era. Instagram, as a visual-based platform, offers significant opportunities for tourism companies to reach a wider audience and establish direct interaction with customers. This study aims to analyze the application of social media marketing on Instagram in building the brand image of Golden Rama Tours & Travel. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews with the Marketing Communication Manager and the business owner of Golden Rama, observation of Instagram content, and analysis of related documents. The study applies Social Media Marketing theory with four main dimensions (content creation, content sharing, connecting, and community building) and Brand Image theory with five dimensions (brand identity, brand personality, brand association, brand attitude and behavior, and brand benefit and competence). The results show that Golden Rama's social media marketing strategy on Instagram has contributed significantly to improving the company's brand image. However, challenges remain, such as maintaining visual consistency and increasing engagement through Instagram features. The study concludes that effective implementation of social media marketing on Instagram not only strengthens brand image but also supports the company in building stronger customer relationships. The research recommends optimizing Instagram features and enhancing audience interaction for better results.

Keywords: *Social Media Marketing, Brand Image, Instagram, Golden Rama Tours & Travel*

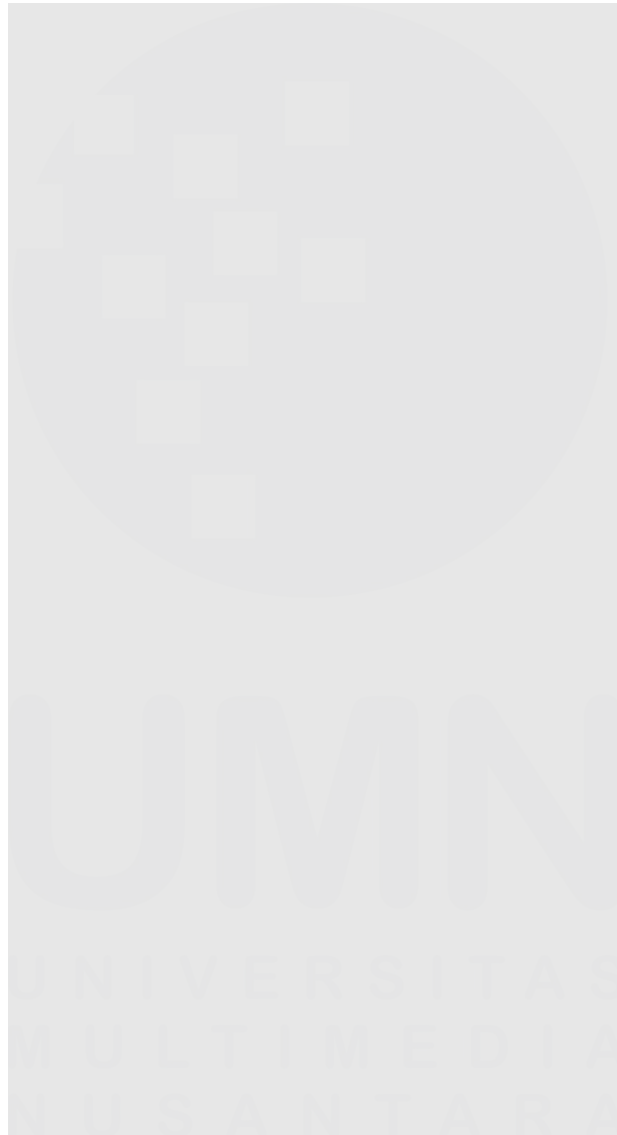
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan	21
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	21
2.2.2 Teori SOSTAC	24
2.2.3 Social Media Marketing	26
2.2.4 Instagram	28
2.2.5 Brand Image	31
2.3 Alur Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian	36

3.4	Studi Kasus	36
3.5	<i>Key Informan</i> dan Informan (Studi Kasus).....	37
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	38
	3.5.1 Data Primer	38
	3.5.2 Data Sekunder	39
3.7	Keabsahan Data	39
3.8	Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	42
	4.1.1 Subjek Penelitian 1: Ricky Hilton.....	42
	4.1.2 Subjek Penelitian 2: Bertino	43
	4.1.3 Subjek Penelitian 3: Trifia	44
	4.1.4 Objek Penelitian	45
4.2	Hasil Penelitian	45
	4.2.1 <i>Marketing Communication</i>	46
	4.2.2 Model SOSTAC	54
	4.2.3 Social Media Marketing.....	65
	4.2.4 Brand Image	78
4.3	Pembahasan.....	86
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1	Kesimpulan	92
5.2	Saran	93
	5.2.1 Saran Akademis	93
	5.2.2 Saran Praktis	93
	DAFTAR PUSTAKA	95
	LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kompetitor Golden Rama Tours & Travel	6
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Daftar Key Informan dan Informan	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Wisatawan Asing yang masuk ke Indonesia	1
Gambar 1. 2 <i>Most Used Social Media Platforms in Indonesia</i>	3
Gambar 1. 3 Kosnten Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	8
Gambar 2. 1 SOSTAC Paul Smith.....	25
Gambar 4. 1 Konten Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	49
Gambar 4. 2 Konten Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	54
Gambar 4. 3 Contoh pemakaian media aggregator.....	63
Gambar 4. 4 Konten Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	69
Gambar 4. 5 Editorial Plan Golden Rama Tours & Travel.....	71
Gambar 4. 6 Konten Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	73
Gambar 4. 7 Konten Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	77
Gambar 4. 8 Konten Reels Instagram Golden Rama Tours & Travel.....	79
Gambar 4. 9 Brand Guidelines Golden Rama Tours & Travel.....	81
Gambar 4. 11 Konten Reels Golden Rama Tours & Travel.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	100
Lampiran B. Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir	101
Lampiran C. Pertanyaan Penelitian	102
Lampiran D. Transkrip Wawancara	104
Lampiran E. <i>Pattern Matching</i>	127
Lampiran F. Surat Keterangan Wawancara	131
Lampiran G. Dokumentasi Bukti Wawancara	132
Lampiran H. Curriculum Vitae (CV)	133