

**PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI SARANA *BRAND POSITIONING*
BERDIKARI BOOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @berdikaribook)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

BAGUS WIJANARKO ADI

PRASETYA 190906891

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS ATMA JAYA
YOGYAKARTA 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Wijanarko Adi Prasetya

NPM : 190906891

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana *Brand Positioning*
Berdikari Book (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram
@berdikaribook)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesatjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Bagus Wijanarko Adi Prasetya

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA
BRAND POSITIONING BERDIKARI BOOK
(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @berdikaribook)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

BAGUS WIJANARKO ADIPRASETYA

190906891

disetujui oleh :



Lukas Deni Setiawan, S.I.P., M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA *BRAND POSITIONING* BERDIKARI BOOK (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Instagram @berdikaribook)

Penyusun : BAGUS WIJANARKO ADI PRASETYA

NPM : 190906891

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa/ 30 Juli 2024

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 3, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Penguji Utama


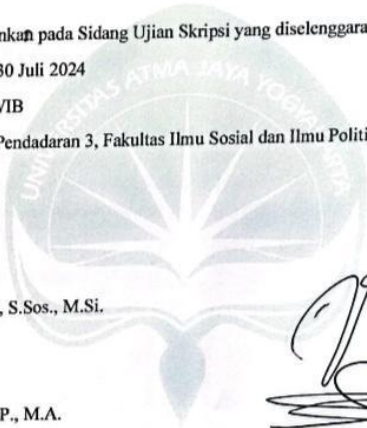
Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Lukas Deni Setiawan, S.I.P., M.A.

Penguji II

Sherly Ilindra Negoro, S.I.Kom., M.I.Kom.



Irene Santika Wijadani, S.I.Kom., M.A.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menuntaskan skripsi dari awal hingga akhir dengan baik. Penelitian dengan judul “PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA *BRAND POSITIONING* BERDIKARI BOOK (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA AKUN INSTAGRAM

@BERDIKARIBOOK)” tersebut

peneliti selesaikan guna memenuhi syarat penyelesaian Program Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penyusunan penelitian ini ada banyak doa dan dukungan yang peneliti dapatkan dari berbagai pihak sehingga peneliti mampu menyelesaikannya dengan baik. Peneliti ingin mengucapkan rasa syukur dan terimakasih ini kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa karena cinta kasih dan ijin-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan semangat dan juga dukungan finansial selama menjalankan perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga selesai.
3. Pak Lukas Deni selaku dosen pembimbing yang selalu memberi arahan dan juga masukan dalam pengerjaan penelitian ini sehingga penelitian ini dapat selesai dengan baik.
4. Bitu Prayana selaku pacar peneliti yang selalu mendorong peneliti untuk segera menyelesaikan penelitian ini dan menjadi tempat berkeluh kesah peneliti ketika peneliti penat dengan penelitiannya.
5. Teman-teman baik teman seangkatan FISIP 2019 dan juga teman-teman peneliti yang lainnya yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.

BAGUS WIJANARKO ADI PRASETYA

No. Mhs:190906891

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis *brand positioning* Berdikari Book melalui akun Instagram @berdikaribook. Berdikari Book telah menjadi toko buku *online* terbesar di Indonesia dan dapat bersaing dengan toko-toko buku besar lainnya, seperti Gramedia, Togamas hingga Periplus. Berdikari Book memanfaatkan media sosial Instagram melalui akun @berdikaribook untuk mengupayakan *brand positioning*-nya di mata konsumen. Akun media sosial Instagram @berdikaribook mengajak pengikut untuk memulai membaca melalui tagar #BacaAjaDulu. Ajakan tersebut berangkat dari permasalahan yaitu minat baca masyarakat Indonesia terus menurun. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih mendalam mengenai *brand positioning* keunikan Berdikari Book sehingga dapat bersaing dengan toko buku lainnya dengan menggunakan akun Instagram @berdikaribook melalui tagar #BacaAjaDulu.

Konsep *positioning* sebuah merek didasarkan pada asumsi bahwa konsumen memiliki persepsi yang berbeda-beda pada informasi yang disampaikan oleh perusahaan sehingga akan muncul posisi merek di benak konsumen sehingga memunculkan konsistensi persepsi konsumen (Heding, et.al., 2009). Pada penelitian ini, *positioning* Berdikari Book yang ingin digali melalui unggahan Instagramnya yakni @berdikaribook. *Positioning* BerdikariBook sebagai toko buku *online* yang mempromosikan merek dan produknya melalui mediasosial sehingga dapat dilihat oleh konsumen bagaimana posisi Berdikari Book sebagai tokobuku dengan kompetitornya di media sosial. Peneliti mendapatkan data dengan melakukan wawancara kepada *owner* Berdikari Book yakni Dana Gumilar, karyawan Berdikari Book, dan pelanggan lama serta pelanggan baru. Triangulasi data pada penelitian ini diperoleh dengan melalui metode triangulasi sumber dengan adanya 4 narasumber pada penelitian ini.

Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa penggunaan Instagram oleh Berdikari Book didasari alasan karena media sosial tersebut adalah *platform* yang besar dengan pengguna aktif dengan jangkauan yang luas. Upaya penggunaan Instagram @berdikaribook sebagai media promosi dan pengenalan untuk meningkatkan *brand positioning* dilakukan melalui pengunggahan konten-konten, maupun pemanfaatan fitur yang ada. Konten-konten tersebut diantaranya konten rekomendasi buku, konten ulasan buku, hingga ajakan membaca melalui tagar #BacaAjaDulu.

Kata kunci: *Brand Positioning*, Berdikari Book, Instagram, #BacaAjaDulu

DAFTAR ISI

JUDUL	<i>i</i>
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	<i>ii</i>
HALAMAN PERSETUJUAN	<i>iii</i>
HALAMAN PENGESAHAN	<i>iv</i>
KATA PENGANTAR	<i>v</i>
ABSTRAK	<i>vi</i>
DAFTAR ISI	<i>vii</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>ix</i>
DAFTAR LAMPIRAN	<i>x</i>
BAB I PENDAHULUAN	<i>1</i>
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Akademis	6
2. Manfaat Praktis	7
E. Kerangka Teori	7
1. Brand Positioning	7
2. Media Sosial.....	10
3. Instagram.....	11
F. Metodologi Penelitian	14
1. Jenis Penelitian	14
2. Metode Penelitian	14
3. Objek Penelitian	15
4. Subjek Penelitian.....	15
5. Sumber Data.....	16
6. Teknik Pengumpulan Data	17
7. Pengujian Keabsahan Data.....	18
8. Teknik Analisis Data.....	19

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	21
A. PT Berdikari Cahaya Asia	21
B. Dana Gumilar	23
C. Akun Instagram @berdikaribook	23
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	26
A. Hasil Temuan Data	26
1. Dibalik Berdikari Book	26
2. Konten dengan Tagar #BerdikariBook di Akun Instagram @berdikaribook.....	28
B. Analisis Data	38
<i>BAB IV PENUTUP.....</i>	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
1. Akademis	50
2. Praktis.....	50
<i>Daftar Pustaka</i>	52
<i>LAMPIRAN.....</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Unggahan Instagram @berdikaribook tanggal 3 September 2023	4
Gambar 2.1 Profil Akun Instagram @berdikaribook	23
Gambar 2.2 Konten Promosi Buku pada Akun Instagram @berdikaribook	24
Gambar 3.1 Tangkapan Layar Akun Berdikari Book	29
Gambar 3.2 Konten Rekomendasi Buku	30
Gambar 3.3 Konten Ajakan Membeli Buku	31
Gambar 3.4 Konten Ulasan Buku	31
Gambar 3.5 Konten Mingguan Rekomendasi Bacaan	32
Gambar 3.6 Konten Ajakan Baca Buku	35
Gambar 3.7 Konten Kutipan Buku	35
Gambar 3.8 Konten Reels Ajakan #BacaAjaDulu	37
Gambar 3.9 Highlight Instagram Berdikari Book	38
Gambar 3.10 Unggahan Instagram Story @berdikaribook	43
Gambar 3.11 Highlight Instagram @berdikaribook	44
Gambar 3.12 <i>Hashtag</i> #BerdikariBook di Unggahan Instagram @berdikaribook	45
Gambar 3.13 Unggahan Reels di Instagram @berdikaribook	46
Gambar 3.14 Komentar dan Like pada Unggahan Instagram @berdikaribook	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian	56
Lampiran 2. Interview Guide	63
Lampiran 3. Transkrip Narasumber – Owner Berdikari Book	71
Lampiran 4. Transkrip Narasumber – Karyawan Berdikari Book	81
Lampiran 5. Transkrip Narasumber – Customer Lama Berdikari Book	86
Lampiran 6. Transkrip Narasumber – Customer Baru Berdikari Book	92