

**PEMANFAATAN POSTER DAN VIDEO SEBAGAI PENINGKATAN BRAND AWARENESS
DI INSTAGRAM UMKM ES DOGANO**

KARYA AKHIR

Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I.Kom) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Bina Darma Palembang



Disusun Oleh:

Roni Rizani

211910020

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA

UNIVERSITAS BINA DARMA

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**PEMANFAATAN POSTER DAN VIDEO SEBAGAI PENINGKATAN BRAND
AWARENESS DI INSTAGRAM UMKM ES DOGANO**

Roni Rizani

211910020

KARYA AKHIR


**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Studi Strata Satu
(S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

MENYETUJUI

PALEMBANG, September 2025
Fakultas Sosial Humaniora
Universitas Bina darma

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Desy Misnawati.S.Sos.,M.I.Kom

Menyetujui,

Dekan Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora



Nuzep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan pada ujian Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang

Nama : Roni Rizani
Nim : 211910020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial Humaniora
Judul : "PEMANFAATAN POSTER DAN VIDEO SEBAGAI
PENINGKATAN BRAND AWARENESS DI
INSTAGRAM UMKM ES DOGANO"

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Prof. Isna Wijayani., M.Si., Ph.D

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Desy Misnawati. S.Sos., M.I.Kom

HALAMAN PERSETUJUAN

PEMANFAATAN POSTER DAN VIDEO SEBAGAI PENINGKATAN BRAND AWARENESS DI INSTAGRAM UMKM ES DOGANO

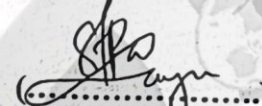
Disusun Oleh

RONI RIZANI

Telah dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang pada Agustus 2025 guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan Lulus.

Panitia Penguji Skripsi

Ketua : Prof. Isna wijayani., M.Si.,Phd (..........)

Penguji 1 : Siti Rahayu Pratami Lexianingrum M.I.Kom (..........)

Penguji 2 : Dimas Umboro M.I.Kom (..........)

Tanggal Sidang: 29 Agustus 2025

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.02080127303

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan dibawah ini:

Nama : Roni Rizani

Nim 211910020

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang atau perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan Dosen Pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan kedalam daftar rujukan
4. Saya bersedia skripsi ini yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggah ke internet sehingga dapat di akses secara daring
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, Saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Roni Rizani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Roni Rizani
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Tempat & Tanggal lahir : Blora 8 Juni 2001
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : komp Taman Indah Maskarebet blok gi no 13 A Palembang
Telp/ HP : 081273481008

PENDIDIKAN

1. SD N 139 maskarebet
2. SMPIT Izzatuna Banyuasin
3. SMA Pondok modern Darussalam gontor Ponorogo
4. Tercatat Sebagai Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang Fakultas Sosial Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi Dalam Penyelesaian Tugas Akhir.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pemanfaatan media visual berupa poster dan video dalam upaya meningkatkan brand awareness UMKM Es Dogano melalui platform Instagram. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus, penelitian ini menelusuri strategi perencanaan, produksi, serta penyebaran konten visual yang dilakukan oleh pihak pengelola. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi digital. Hasil analisis menunjukkan bahwa poster berperan dalam menjaga konsistensi identitas visual merek, sedangkan video mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui narasi kreatif dan interaktif. Evaluasi efektivitas komunikasi visual dilakukan melalui indikator keterlibatan audiens, seperti jumlah tayangan, komentar, dan tanda suka, yang kemudian dijadikan dasar untuk perbaikan strategi selanjutnya. Secara keseluruhan, pemanfaatan poster dan video di Instagram terbukti dapat memperkuat citra UMKM Es Dogano, meningkatkan keterhubungan dengan konsumen, serta mendukung pertumbuhan brand awareness di era digital. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian mengenai strategi komunikasi pemasaran berbasis media visual pada UMKM.

Kata kunci: poster, video, brand awareness, Instagram, komunikasi pemasaran, UMKM Es Dogano

ABSTRACT

This study explores the utilization of visual media, specifically posters and videos, in enhancing brand awareness of the small business Es Dogano through Instagram. Adopting a qualitative approach with a case study design, the research investigates the strategies of planning, production, and dissemination of visual content implemented by the management. Data were collected through in-depth interviews, observation, and digital documentation. The findings reveal that posters play a significant role in maintaining the consistency of brand identity, while videos foster emotional connections with the audience through creative and interactive narratives. The effectiveness of visual communication is evaluated based on audience engagement indicators such as views, comments, and likes, which serve as references for improving future strategies. Overall, the use of posters and videos on Instagram has proven effective in strengthening the brand image of Es Dogano, enhancing consumer engagement, and supporting brand awareness growth in the digital era. This study contributes to the academic discourse on marketing communication strategies through visual media in small and medium enterprises.

Keywords: poster, video, brand awareness, Instagram, marketing communication, Es Dogano

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S. Ar-Ra'd: 11)

“Perubahan tidak datang dengan sendirinya, ia lahir dari tekad, usaha, dan doa yang terus dipanjatkan. Jangan menunggu keadaan menjadi mudah, tetapi jadilah pribadi yang kuat untuk menghadapi kesulitan. Proses ini mungkin penuh rintangan, namun setiap langkah kecil menuju kebaikan adalah jalan menuju keberhasilan.

Skripsi ini hanyalah salah satu bukti perjuangan kecil dalam perjalanan panjang kehidupan.”

Pertama, Orang Tua Tercinta

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk papa dan mama tercinta, yang dengan penuh kasih sayang, doa, dan pengorbanan tiada henti selalu menjadi alasan terbesar saya dalam melangkah. Terima kasih atas cinta, kesabaran, serta doa yang senantiasa mengiringi setiap perjalanan hidup saya. Tanpa kalian, saya bukanlah siapa-siapa.

Kedua, Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.

Terima kasih atas bimbingan, arahan, serta ilmu yang telah diberikan dengan penuh ketulusan. Kesabaran dan dedikasi selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini menjadi pelita yang menerangi jalan saya.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada Ibu.

Ketiga, Teman-teman dan Sahabat

Terima kasih atas kebersamaan, semangat, dan dukungan yang luar biasa dalam setiap langkah perjuangan ini. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini penuh warna dan makna. Semoga persahabatan dan kebaikan kita selalu terjaga hingga kapanpun.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridho-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pemanfaatan Poster dan Video sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Es Dogano**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bina Darma.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpaa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Sunda Ariana, M.Pd, M.M. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Bapak Nuzsep Almigo, S.Psi.,M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang.
3. Ibu Dr. Desy Misnawati, S.Sos.,M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang.
4. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma yang telah mendidik dan memberi ilmu selama kuliah dan seluruh staff yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
5. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan ssemuanya mendapat berkah dari Allah SWT. Dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Akhir kata, saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih. Semoga laporan ini berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca. Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Palembang, 29 Agustus
2025



Roni Rizani

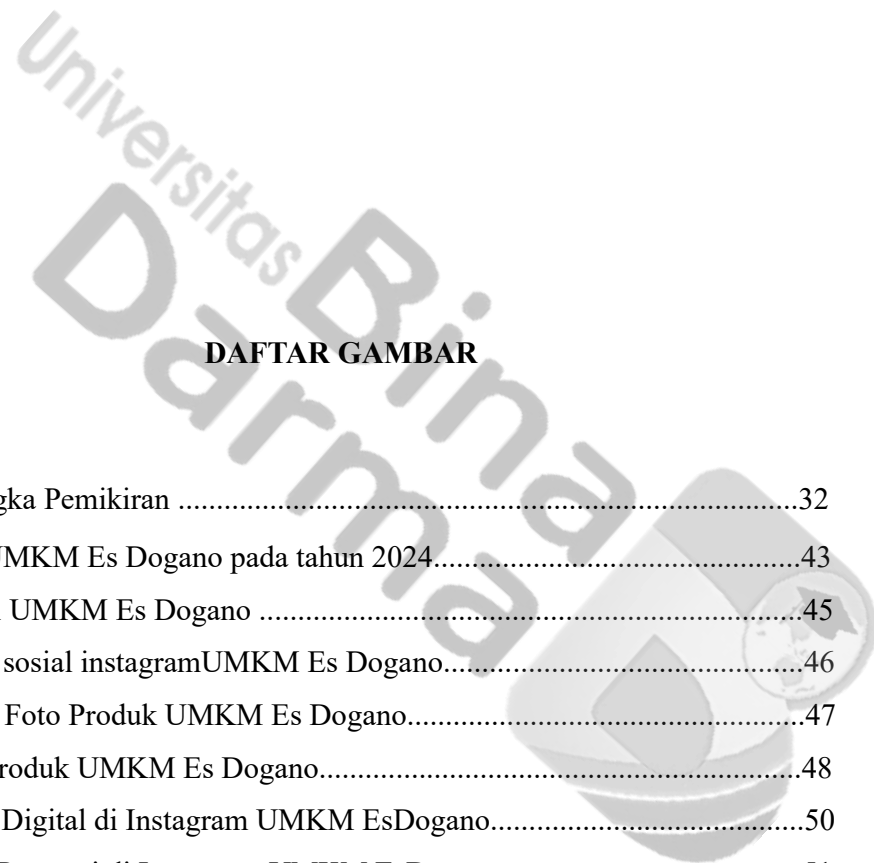
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.ii
HALAMAN PENGESAHAN KARYA AKHIR.....	Error! Bookmark not defined.ii
SURAT PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.iv
ABSTRAK.....	vError! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.vi
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.vii
DAFTAR ISI.....	Error! Bookmark not defined.ix
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.1
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.1
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.4
1.3 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.4
1.4 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.4
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.6
2.1 Kerangka Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.6
2.2 Kerangka Teoritis	Error! Bookmark not defined.12
2.2.1 Brand Awareness.....	Error! Bookmark not defined.12
2.2.2 Implikasi Teori Aaker dalam Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.17
2.3 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.23
2.3.1 Efektivitas Media Poster	Error! Bookmark not defined.23
2.3.2 Efektivitas Media Video	Error! Bookmark not defined.25
2.3.3 Pengaruh Media Kombinasi.....	Error! Bookmark not defined.27
2.3.4 Media	Error! Bookmark not defined.29
2.3.5 Relevansi Teori dengan Penelitian	Error! Bookmark not defined.33

2.3.5.1 Brand Awareness sebagai Fondasi Strategi Pemasaran ..	Error! Bookmark not defined.33
2.3.5.2 Empat Tingkat Brand Awareness dalam Penelitian..	Error! Bookmark not defined.33
2.3.5.3 Relevansi Teori Aaker terhadap Media Poster dan Video	Error! Bookmark not defined.33
2.3.5.4 Penerapan Teori dalam Konteks UMKM.	Error! Bookmark not defined.33
2.3.5.5 Kontribusi Teori Aaker bagi Penelitian ...	Error! Bookmark not defined.33
2.3.6 Kerangka Pikir	Error! Bookmark not defined.39
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.40
3.1 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.40
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.41
3.2.1 Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.42
3.2.2 Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.42
3.3 Data & Sumber Data	Error! Bookmark not defined.43
3.3.1 Data Primer	Error! Bookmark not defined.43
3.3.2 Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.44
3.5 Pendekatan	Error! Bookmark not defined.45
3.6 Dimensi Penelitian	Error! Bookmark not defined.46
3.7 Metode Pengambilan Data	Error! Bookmark not defined.47
3.8 Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.48
3.9 Panduan Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.50
3.9.1 Panduan Wawancara untuk Pemilik/Pengelola UMKM Es Dogano.....	Error! Bookmark not defined.50
3.9.2 Panduan Wawancara untuk Konsumen UMKM Es Dogano..	Error! Bookmark not defined.51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.52
4.1 Pemaparan Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.52
4.1.1 Gambaran Umum UMKM Es Dogano	Error! Bookmark not defined.52

4.1.2 Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.	54
4.1.3 Gambaran Umum Penggunaan Media Sosial ...	Error! Bookmark not defined.	55
4.1.4 Produk atau Layanan Utama.....	Error! Bookmark not defined.	62
4.1.5 Target Pasar.....	Error! Bookmark not defined.	62
4.2 Profil Informan.....	Error! Bookmark not defined.	63
4.3 Deskripsi Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.	67
4.3.1 Wawancara dengan Pemilik UMKM Es Dogano.....	Error! Bookmark not defined.	67
4.3.2 Wawancara dengan Admin Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.	67
4.3.3 Wawancara dengan Konsumen Aktif.....	Error! Bookmark not defined.	67
4.4 Temuan Wawancara.....		68
4.4.1 Analisis Konsumen Es Dogano terhadap Pemanfaatan Poster dan Video ..	Error! Bookmark not defined.	
sebagai Brand Awareness di Instagram Es Dogano.....	Error! Bookmark not defined.	68
4.4.2 Persepsi Konsumen terhadap Konten Visual.	Error! Bookmark not defined.	73
4.5 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.	76
4.5.1 Analisis Komunikasi Visual.....	Error! Bookmark not defined.	76
4.5.1.1 Konsistensi Identitas Visual	Error! Bookmark not defined.	76
4.5.1.2 Poster sebagai Pemicu Brand Recognition	Error! Bookmark not defined.	77
4.5.1.3 Video sebagai Penguat Brand Recall	Error! Bookmark not defined.	77
4.5.1.4 Menuju Top of Mind	Error! Bookmark not defined.	78
4.5.1.5 Kombinasi Poster dan Video sebagai Strategi Bertahap .	Error! Bookmark not defined.	79
4.5.1.6 Implikasi bagi UMKM	Error! Bookmark not defined.	79
4.5.2 Relevansi Media Poster dan Video sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.	80
4.5.2.1 Brand Awareness sebagai Strategi Dasar Pemasaran UMKM	Error! Bookmark not defined.	80

4.5.2.2. Relevansi Instagram sebagai Medium Utama	Error! Bookmark not defined.80
4.5.2.3 Analisis Peran Poster di Instagram	Error! Bookmark not defined.80
4.5.2.4 Analisis Peran Video di Instagram	Error! Bookmark not defined.80
4.5.2.5 Analisis Peran Video di Instagram	Error! Bookmark not defined.80
4.5.2.6 Kombinasi Poster dan Video dalam Kerangka Aaker	Error! Bookmark not defined.80
4.5.2.7 Alasan Instagram sebagai Media Sosial Utama	Error! Bookmark not defined.80
4.5.2.8 Kesimpulan Relevansi Teori Aaker	Error! Bookmark not defined.80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.93
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.93
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.96
5.2.1 Saran Praktis	Error! Bookmark not defined.96
5.2.2 Saran Akademis	Error! Bookmark not defined.99
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran32

Gambar 2 Foto UMKM Es Dogano pada tahun 2024.....43

Gambar 3 Lokasi UMKM Es Dogano45

Gambar 4 Media sosial instagramUMKM Es Dogano.....46

Gambar 5 Proses Foto Produk UMKM Es Dogano.....47

Gambar 6 Foto Produk UMKM Es Dogano.....48

Gambar 7 Poster Digital di Instagram UMKM EsDogano.....50

Gambar 8 Video Promosi di Instagram UMKM EsDogano.....51

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1 Tabel Penelitian Terdahulu</i>	11
<i>Tabel 2 Informan Penelitian</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 Surat Keputusan Pembimbing

Lampiran 4 Lembar Konsultasi

Lampiran 5 Formulir Perbaikan Ujian Proposal

Lampiran 6 Formulir Perbaikan Seminar Hasil

Lampiran 7 SK Lulus Ujian Proposal

Lampiran 8 SK Lulus Ujian Seminar Hasil

Lampiran 9 Formulir ACC Judul

Lampiran 10 Bukti ACC Turnitin

Lampiran 11 LOA

Lampiran 12 Jurnal

Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 14 Formulir Kelayakan Pen



Universitas Bina
Dharma

