

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL MELALUI INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK *STANDING POUCH***

**(Studi pada akun @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital
di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

AS SYIFA' KHOIRUN NISA'

21403043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL MELALUI INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK *STANDING POUCH***

**(Studi pada akun @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital
di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh :

AS SYIFA' KHOIRUN NISA'

NIM 21403043

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL MELALUI INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK STANDING POUCH**

**(Studi pada akun @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital
di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)**

Ditulis Oleh

AS SYIFA' KHOIRUN NISA'

21403043

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



RIRIN TRI PUSPITA NINGRUM, MSI

NIP. 198408152018012001

Pembimbing II



DHIYA'U SHIDIQY, MM

NIP. 198906242020121016

NOTA DINAS

Kediri , 2 Juni 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth . Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : As Syifa' Khoirun Nisa'
NIM : 21403043
Judul : Strategi Promosi Digital melalui Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Standing Pouch (Studi pada akun @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan sususannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1)

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsi, dengan harapan dapat segera diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



RIRIN TRI PUSPITA NINGRUM, MSI

NIP. 198408152018012001

Pembimbing II



DHIYA'U SHIDIQY, MM

NIP. 198906242020121016

NOTA PEMBIMBING

Kediri , 2 Juli 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth . Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : As Syifa' Khoirun Nisa'
NIM : 21403043
Judul : Strategi Promosi Digital melalui Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Standing Pouch (Studi pada akun @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang diberikan dalam Sidang Munas yang dilaksanakan pada tanggal 28 Juni 2025, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



RIRIN TRI PUSPITA NINGRUM, MSI

NIP. 198408152018012001

Pembimbing II



DHIYA'U SHIDIQY, MM

NIP. 198906242020121016

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI DIGITAL MELALUI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK *STANDING POUCH*

(Studi pada akun @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital
di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)

AS SYIFA' KHOIRUN NISA'

NIM 21403043

Telah diujikan di Depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Kediri pada Tanggal 28 Juni 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Mundhori, MEI

NIP.198702222019031004

(.....)

2. Penguji I

Ririn Tri Puspita Ningrum ,MSI

NIP.198408152018012001

(.....)

3. Penguji II

Ulin Ni'mah Rodliya Ulfah,M.Pd

NIP.198204072023212026

(.....)

Kediri, 2 Juli 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI

NIP.197501011998031002

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : As Syifa' Khoirun Nisa'

NIM : 21403043

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar – benar tulisan saya dan bukan plagiat baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi. Baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 2 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



As Syifa' Khoirun Nisa'

NIM 21403043

MOTTO

“Allah akan mendatangkan hari hari yang membuat kita bahagia, sebab hidup tak selamanya sulit”

(Habib Zaidan bin Yahyaa)

“Ketika kita tidak lagi mampu mengubah situasi, artinya kita ditantang untuk mengubah diri kita sendiri.”

(Victor Frankel)

ABSTRAK

As Syifa' Khoirun Nisa'. 2025. Strategi Promosi Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk *Standing Pouch* (Studi Pada Akun @jagonyakemasan Pada PT. Mahakarya Kemasan Digital Di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri). Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dosen Pembimbing (1) Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI. Dosen Pembimbing (2) Dhiya'u Shidiqy, MM.

Kata kunci : Promosi Digital, Instagram, @jagonyakemasan, *Brand Awareness*

Media sosial berperan penting sebagai sarana utama dalam membentuk kesadaran merek dalam perkembangan era digital saat ini, dengan Instagram sebagai salah satu platform paling efektif berkat jangkauannya yang luas dan kekuatan format visual yang dimilikinya. Penerapan strategi seperti penggunaan konten visual yang menarik, konsistensi dalam tampilan identitas merek, serta keterlibatan aktif dengan audiens dianggap mampu memperkuat citra sebuah brand. Fokus penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana Strategi Promosi Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk *Standing Pouch* (Studi Pada Akun @jagonyakemasan Pada PT. Mahakarya Kemasan Digital Di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan untuk mengkaji Strategi Promosi Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk *Standing Pouch* (Studi Pada Akun @jagonyakemasan Pada PT. Mahakarya Kemasan Digital Di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri). Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dengan informan dari tim branding, sales, dan konsumen. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi dan keterlibatan langsung peneliti di lapangan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa (1) @jagonyakemasan menyoroti tiga strategi promosi digital yang efektif yaitu konten visual menarik untuk memperkuat daya tarik produk, penggunaan akun duplikat sebagai saluran tambahan guna memperluas jangkauan Audiens dan pemberian sampel gratis untuk membangun kepercayaan konsumen melalui pengalaman langsung. (2) Strategi konten edukatif, visual konsisten, dan interaksi aktif efisien meningkatkan brand awareness dari *unware of brand* meningkat ke tahap *brand recall* meskipun masih membutuhkan penguatan untuk mencapai *top of mind* (3) Strategi promosi akun @jagonyakemasan berhasil memperkuat identitas merek dan *engagement* konsumen

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin, rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Adapun, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah tercinta, Bapak MohariAdi yang meskipun tidak melanjutkan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi, telah menjadi sumber inspirasi melalui nasihat bijak dan dukungan moral yang tak ternilai. Kehadiranmu, meski tidak selalu secara fisik, telah memberikan kekuatan dalam menghadapi setiap tantangan. Terima kasih atas semangat dan motivasi yang telah Ayah tanamkan dalam diri penulis.
2. Ibu tersayang, Ibu Siti Nur Halimah yang dengan ketegaran dan kasih sayang tanpa batas, telah berjuang memenuhi segala kebutuhan, memberikan cinta, dan menjadi pilar dalam hidup penulis. Terima kasih atas setiap pengorbanan dan kerja keras yang tak ternilai hingga penulis menyelesaikan masa studinya.
3. Faslih Ibadih, Terima kasih atas dukungan emosional, dan waktu yang telah tercurahkan, menemani penulis dalam proses studi hingga penulis menyelesaikan masa studinya
4. Adik satu satunya, Assani Maulidatul Latifah yang senantiasa menjadi penyemangat dalam setiap langkah perjalanan ini. Kehadiranmu memberikan kekuatan dan inspirasi yang tak ternilai dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi motivasi bagi penulis untuk terus berjuang meraih impian dan membanggakan keluarga.
5. Rahmatus Sholihah, Ekky Rahmenda, Fauziyah. Terima kasih atas kata-kata motivasi dan kehadiran yang tak pernah lelah mendukung penulis, yang selalu ada untuk membantu dan menemani dalam setiap langkah penelitian ini. Terima kasih atas dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan masa studinya
6. Niken Maharani, Binti Roikhatul Jannah, terimakasih sudah menemani penulis dari semester 1 hingga penulis menyelesaikan masa studinya
7. Teman-teman seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2021, yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dalam perjalanan akademik ini, Terimakasih telah mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan masa studi ini.
8. Akun tiktok @iramirawati, Terimakasih atas konten edukasinya tentang penyusunan skripsi yang dapat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsinya
9. Terakhir, Kepada wanita sederhana yang memiliki keinginan tinggi namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, sang penulis yaitu saya sendiri, As Syifa' Khoirun Nisa'. Seseorang anak pertama yang berumur 22 tahun yang keras kepala tetapi terkadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terimakasih untuk segala perjuangan, kesabaran, dan ketekunan yang telah dilalui dalam setiap langkah yang penuh tantangan ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah hirabbil ‘alamin, segala Puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya kepada seluruh mahluk, sehingga penulis sampailah pada titik ini mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul ”Strategi Promosi Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk *Standing Pouch* (Studi Pada Akun @jagonyakemasan Pada PT. Mahakarya Kemasan Digital Di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri)”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi agung Muhammad SAW, semoga kita mendapat syafaatnya di akhirat nanti. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik sebagai seorang mahasiswa ataupun seorang penulis. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis aturkan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof Dr. H Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kediri
3. Ibu Nilna Fauza, M.HI selaku Kepala Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

4. Bapak Moch. Zainuddin MEI selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
5. Bapak Adin Fadilah, M.E.Sy selaku Wali Studi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
6. Ibu Ririn Tri Puspita Ningrum, MSI. selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi
7. Bapak Dhiya'u Shidiqy, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi
8. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Kediri terkhusus pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmunya kepada penulis
9. Bapak Mohammad Alimun Choir selaku Pemilik PT. Mahakarya Kemasan Digital yang telah memberikan izin melakukan penelitian
10. Ibu Adela Nisfi selaku HRD PT. Mahakarya Kemasan Digital yang telah memberikan izin melakukan penelitian

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari apa yang diharapkan. Semoga skripsi ini dapat dipahami oleh siapapun yang membacanya dan dapat berguna bagi penulis maupun pembaca. Aamiin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	17
E. Penelitian Terdahulu	19
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Promosi Digital.....	24
B. Media Sosial Instagram	30
C. <i>Brand Awareness</i>	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	47
B. Kehadiran Peneliti	48
C. Lokasi Penelitian	48

D. Sumber Data	49
E. Prosedur Pengumpulan Data	51
F. Analisis Data.....	53
G. Pengecekan Keabsahan Data	55
H. Tahap tahap Penelitian.....	56
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	58
A. Profil Objek Penelitian	58
B. Paparan Data.....	66
C. Temuan Penelitian	93
BAB V PEMBAHASAN	95
A. Analisa Strategi Promosi Digital Produk <i>Standing Pouch</i> Melalui Akun Instagram @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital	95
B. Analisa <i>Brand awareness</i> Produk <i>Standing Pouch</i> Pada Akun Instagram @jagonyakemasan pada PT. Mahakarya Kemasan Digital	98
C. Analisa Strategi Promosi Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Produk <i>Standing Pouch</i> Pada Akun @jagonyakemasan Pada PT. Mahakarya Kemasan Digital Di Kecamatan Kras Kabupaten Kediri	101
BAB VI PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan percetakan kemasan makanan ringan standing pouch di Kabupaten Kediri	6
Tabel 1.2 Tabel Analisis Peningkatan Brand Awareness	14
Tabel 4.1 Struktur organisasi pada PT. Mahakarya Kemasan Digital	64
Tabel 4.2 Data Tingkatan <i>brand awareness</i> konsumen @jagonyakemasan	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan konten promosi @jagonya kemasan di instagram	9
Gambar 1.2 Data Publish Konten akun Instagram @jagonyakemasan.....	12
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	45
Gambar 4.1 Logo @jagonyakemasan	61
Gambar 4.2 Konten Edukasi @jagonyakemasan	67
Gambar 4.3 Konten Proses Produksi @jagonyakemasan.....	70
Gambar 4.4 Konten Promo Instagram @jagonyakemasan	71
Gambar 4.5 Testimoni Pembelian produk @jagonyakemasan	72
Gambar 4.6 Jenis Konten di @jagonyakemasan	74
Gambar 4.7 Tampilan warna pada konten @jagonyakemasan	76
Gambar 4.8 Konsistensi Upload Konten	76
Gambar 4.9 Interaksi @jagonyakemasan dan Konsumen	79
Gambar 4.10 Hastag Konten @jagonyakemasan	81
Gambar 4.11 Duplikat Akun @jagonyakemasan	82
Gambar 4.12 Informasi Gratis Sampel @jagonyakemasan	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Instrumen Wawancara.....	110
Lampiran II : Surat izin Penelitian.....	113
Lampiran III : Surat balasan Penelitian.....	114
Lampiran IV : Tabel konsultasi.....	115
Lampiran V : Dokumentasi.....	117
Lampiran VI : Riwayat hidup.....	119