

**STRATEGI BRANDING INSTAGRAM GARAGEMARKET DALAM
MENINGKATKAN *BRAND IMAGE***

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata I

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Tekad Syaifullah Rahman

20150530100

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Oktober 2019
Tempat : Ruang Negosiasi Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

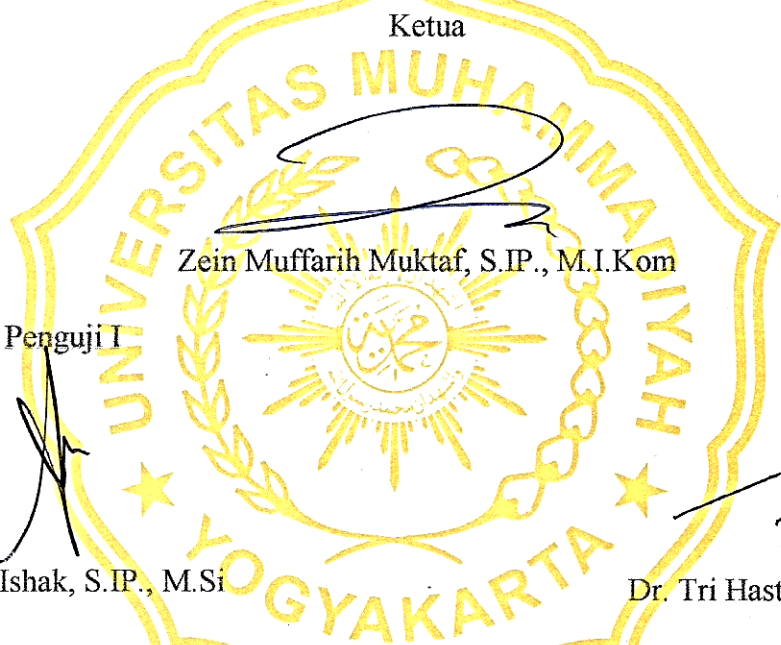
Zein Muffarih Muktaf, S.IP., M.I.Kom

Penguji I

Aswad Ishak, S.IP., M.Si

Penguji II


Dr. Tri Hastuti Nur R. S.Sos., M.Si

The seal of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta is a large, yellow, octagonal emblem. It features a central sunburst with Arabic calligraphy, surrounded by a chain-link border. The words "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" and "YOGYAKARTA" are written around the perimeter of the seal.

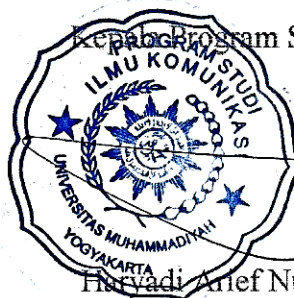
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1)

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Harvadi Anief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc

The seal of the Program Studi Ilmu Komunikasi is a smaller, blue, circular emblem. It features a central sunburst with Arabic calligraphy, surrounded by a chain-link border. The words "PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI" and "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA" are written around the perimeter of the seal.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tekad Syaifullah Rahman

NIM : 20150530100

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrai : *Advertising*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Branding Instagram Garagemarket Untuk Meningkatkan *Brand Image* Tahun 2019

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 23 Oktober 2019



Tekad Syaifullah Rahman

MOTTO

“ kabeh seng digawe seko roso bakal tembus neng roso “

“nimati, jalani, syukuri, karena sesungguhnya hidup tidak sesedih itu”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk semesta dan segala proses jatuh bangun yang selalu mendewasakan dan memberikan pengalaman untuk tumbuh. Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada pihak – pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam berproses. Terimakasih yang sangat besar karena telah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis.

1. **Alhamdulillah.** Terimakasih ya Allah atas keajaiban senantiasa engkau berikan kepada Tekad, atas segala ingatan dan penjagaan hati yang sering gundah namun selalu engkau tenangkan. Terimakasih ya Allah engkau selalu memberikan kesehatan pada setiap proses Tekad. Selalu bersyukur atas segala nikmatmu dan keajaibanmu.
2. **Papah Komo dan Mamah Siti.** Terimakasih Mama dan Papa telah menjadi orang tua yang sangat sabar dan tidak banyak menuntut atas kelulusan anakmu ini. Terimakasih telah memberikan kepercayaan yang sangat besar untuk sebuah tanggung jawab dalam menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih teruntuk papa yang mengizinkan Tekad pindah pada saat itu dari kampus STIE YKPN ke UMY dan terus selalu mendukung apa yang Tekad cita - citakan. Terimakasih teruntuk mama yang tidak pernah sedikitpun berhenti mendoakan dan mengingatkan. Sehat teru pa, ma kelak anakmu ini akan membayar semua kerja kerasmu dalam membesarkanku.
3. **Adek Rozak, Kaiser, Bangkit** buat kalian adek-adek kebanggaanku yang suatu saat nanti akan baca tulisan ini, percayalah segala sesuatu yang dikerjakan dengan sungguh-sungguh dan jujur pasti akan berhasil. Terimakasih ya dek yang selalu melatih kesabaran kakak setiap hari hehehe utamakan solat dari pada apapun ,love you.
4. **Mas Zein Mufarrih Muktaf. S.IP, M.I.Kom.** Hallo Mas Zein dosen *sek paling pengertian lan nyawiji karo mahasiswa*, sangat tepat dan tak pernah kusesali untuk

memilih dirimu menjadi dosen pembimbingku hehehe. Terimakasih banyak mas sudah membimbing Tekad dalam penelitian ini. Alhamdulillah Tekad dapat pengetahuan banyak banget dari penelitian ini berkat arahan Mas Zein. Pokok e matursuwun sanget mas saestu. Sehat terus nggih Mas, tetap erat my Lord.

5. Terimakasih kepada ibu **Dr. Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si.** dan bapak **Aswad Ishak, S.IP., M.Si** selaku dosen penguji saya yang sangat memberikan pelajaran bagi saya arti sebuah perjuangan yang sangat mendewasakan.
6. **Bang Ais** , Terimakasih abangku yang sudah mengizinkan Garage Market untuk Tekad teliti, terimakasih yang amat besar sudah memberikan *insight* yang begitu banyak tentang *brand* dan *branding*. Sukses selalu buat Garage Market semoga tetap berkembang dan akan terus maju. Amin .
7. **Riski Apriliani** , terimakasih telah menjadi salah satu alasanmu untuk lulus. Terimakasih telah menemani dan membantu penelitian ini dengan tulus. Terimakasih atas waktu dan kebaikan yang selalu kamu berikan. Hanya Allah yang dapat membalas kebaikamu yang tulus. *Thank You*.
8. **Mas Kacang dan Mbak Khanza**, Terimakasih wahai teman seperjuangan skripsi bimbingan Mas Zein yang selalu menyemangati satu sama lain, Terimakasih untuk tidak mau saling bersaing. Sukses buat kita semua.
9. **Kelas C**, terimakasih sebanyak - banyaknya kepada keluarga besar kelas C yang telah menjadi saksi hidup dalam memulai perubahan yang lebih baik. Buat anak-anak kelas C yang baca ini, kalau rindu sama kelas C bisa cek film kita di youtube hehehe kalian luar biasa. “JOGJARATA”
10. **Wawan**, terimakasih untuk waktu yang diluangkan dan argumentasi yang dicurahkan yang sangat menambahkan wawasan saya perihal sudut pandang orang lain kepada

objek penelitian saya. Terimakasih telah menjadi teman dan sahabat disaat kita saling berjuang. Sehat selalu ya mas, sampai jumpa di atas.

11. **Mbak Ina**, terimakasih untuk mbak Ina yang sudah membantuk dan memberikan *Insight* mengenai *brand* dan *branding*. Sukses selalu dengan strategi berliannya. See You On Top Ina 😊.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABLE	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	10
C. TUJUAN PENELITIAN.....	10
D. MANFAAT PENELITIAN	10
E. PENELITIAN TERDAHULU.....	9
F. KAJIAN TEORI	11
1. Strategi Branding	12
2. Instagram sebagai Marketplace.....	15
3. <i>Brand image</i>	19
4. Media Baru.....	22
5. Visual di Instagram	24
6. Konsistensi.....	29

G. METODE PENELITIAN	
1. Jenis Penelitian	26
2. Objek Penelitian.....	27
3. Lokasi Penelitian.....	28
4. Teknik Pengumpulan Data	28
7. Teknik Analisis Data	30
8. Uji Validasi Data.....	32
H. SISTEMATIKA PENULISAN.....	33
BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	
A. Fenomena penggunaan Instagram sebagai <i>Marketplace</i>	38
B. Sejarah Akun Instagram <i>Garagemarket</i>	49
C. Konten Instagram.....	41
D. Sistem Titip Jual di akun Instagram <i>Garagemarket</i>	42
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	
A. HASIL PENELITIAN	46
1. Tahapan Strategi <i>Branding</i> <i>Garagemarket</i>	46
2. Pendekatan Visual Sebagai Bagian dari Strategi Branding	61
3. Pendekatan Pelayanan Sebagai Bagian dari Strategi Branding	73
BAB IV PENUTUP	
A. KESIMPULAN.....	96
B. SARAN.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	101

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Gambar 1.1 : Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar se-Asia Pasifik	3
Gambar 1.2 : Data pengguna aktif Instagram di Indonesia	4
Gambar 1.3 : GM Outfit.....	7
Gambar 1.4 : Akun <i>Garagemarket</i>	7
Gambar 1.5 : Kompetitor <i>Garagemarket</i>	8
Gambar 1.6 : Triangulasi Sumber Pengumpulan Data	46

BAB II

Gambar 2.1 : Logo Garagemarket	36
Gambar 2.2 : Konten Dakwah	37
Gambar 2.3 : Konten Garagemarket Berbagi	38

BAB III

Gambar 3.1 : Alur Pemikiran Tahapan Strategi Branding Garagemarket.....	44
Gambar 3.2 : Alur Pemikiran Pendekatan Strategi <i>BrandingMarketplace</i> Garagemarket	46
Gambar 3.3 : Tampilan feed instagram @tukutu_store	49
Gambar 3.4 : Tampilan feed instagram @hypemigos.id	49
Gambar 3.5 : Tampilan feed Instagram @unbranded_store.....	49
Gambar 3.6 : Tampilan feed Instagram @unbranded_store	49
Gambar 3.7 : Tampilan konten Instagram @secondbeast.id	50
Gambar 3.8 : Tampilan konten Instagram @secondbeast.id	50
Gambar 3.9 : Feed Instagram Garagemarket	50
Gambar 3.10 : Feed Instagram Garagemarket	50
Gambar 3.11 : Post Instagram Garagemarket	51
Gambar 3.12 : Post Instagram Garagemarket.....	51

Gambar 3.13 : Official Line Garagemarket	51
Gambar 3.14 : Instagram Garagemarket	52
Gambar 3.15 : Instagram Garagemarket	52
Gambar 3.16 : Instagram Garagemarket	52
Gambar 3.17 : Konten dakwah Garagemarket	54
Gambar 3.18: Konten dakwah Garagemarket	54
Gambar 3.19 : Instagram Garagemarket	55
Gambar 3.20 : Instagram Garagemarket	55

DAFTAR TABLE

Table 1.1 : Perbandingan akun Instagram	8
---	---