

**DIFUSI INOVASI GELIS CAKE AND BAKERY DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Dhanika Abhikama Putra

NIM. 21.96.2293

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**DIFUSI INOVASI GELIS CAKE AND BAKERY DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Dhanika Abhikama Putra

NIM. 21.96.2293

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

DIFUSI INOVASI GELIS CAKE AND BAKERY DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI MEDIA INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhanika Abhikama Putra
NIM 21.96.2293

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 30 Desember 2024

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302445

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

DIFUSI INOVASI GELIS CAKE AND BAKERY DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI MEDIA INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhanika Abhikama Putra
NIM 21.96.2293

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 21 Januari 2025

Nama Penguji

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302364

Wiwid Adiyanto, M.I.Kom.
NIK. 190302477

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302445

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

24 Juni 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Klaten, 5 Juni 2025



Dhanika Abhikama Putra

NIM 21.96.2293

KATA PENGANTAR

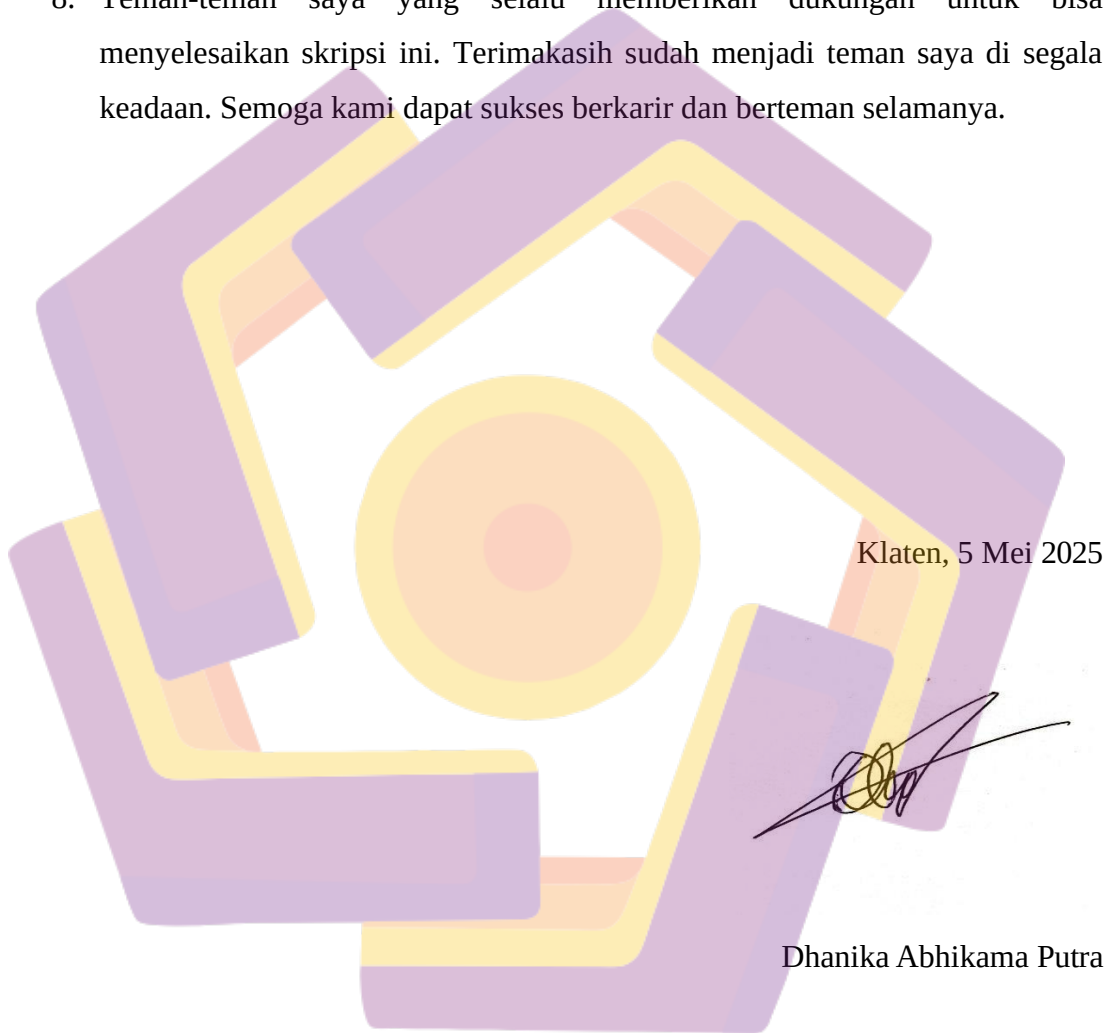
Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng., selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing dengan segenap hati, memberi arahan skripsi, memotivasi, serta memberikan saran-saran baik untuk saya setelah lulus dari Universitas Amikom Yogyakarta
5. Gelis Cake and Bakery selaku Pihak Instansi yang dengan kemurahan hatinya memberikan kesempatan dan memperbolehkan saya untuk melaksanakan penelitian.
6. Kedua orang tua dan kakak saya yang saya sayangi. Terimakasih atas doa dan dukungannya yang tanpa henti dipanjatkan untuk penulis. Terimakasih atas semua nafkah yang telah diberikan kepada penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis sangat berterima kasih atas semua yang telah diberikan baik kebutuhan pendidikan maupun non pendidikan.
7. *Support System* : Najma Tsania N. Teruntuk Najma Tsania Nurfadia terimakasih telah memberikan saya dukungan dan doanya tanpa henti. Terimakasih telah sabar dan menemani segala proses dalam penyusunan skripsi

ini. Terimakasih telah menyakinkan saya bahwa saya mampu dan bisa melewati proses skripsi ini. Terima kasih selalu ada di setiap senang maupun duka. Terimakasih telah memberikan rasa kasih sayang, kehangatan, dan nyaman. Semoga setelah kami berdua lulus dari Universitas Amikom Yogyakarta dapat sukses berkarir dan kembali ke rumah yang sama.

8. Teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih sudah menjadi teman saya di segala keadaan. Semoga kami dapat sukses berkarir dan berteman selamanya.



Klaten, 5 Mei 2025

Dhanika Abhikama Putra

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 BATASAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.5 SISTEMATIKA BAB	10
BAB II	12
TINJUAN PUSTAKA	12
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	12
2.2 LANDASAN TEORI	15
2.2.1 TEORI DIFUSI INOVASI	15
2.2.2 BRAND AWARENESS	18
2.3 KERANGKA KONSEP	20
Difusi Inovasi Gelis Cake and Bakery Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Melalui Media Instagram	20
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 PARADIGMA PENELITIAN	21
3.2 JENIS PENELITIAN	21
3.3 METODE PENELITIAN	22
3.4 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN	22
3.5 TEKNIK PENGAMBILAN DATA	23
3.6 WAKTU PENELITIAN	24
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA	24

3.8 TEKNIK KEABSAHAN PENELITIAN.....	25
BAB IV	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Profil Informan	27
4.1.1 Profil Perusahaan	27
4.1.2 Profil Informan.....	29
4.2 Temuan Penelitian	29
4.3 Hasil.....	30
4.3.1 Hasil Penelitian	30
4.4 PEMBAHASAN.....	36
4.4.1 Inovasi.....	36
4.4.2 Saluran Komunikasi	37
4.4.3 Jangka Waktu.....	37
4.4.4 Sistem Sosial.....	38
4.4.5 Unaware of Brand	39
4.4.6 Brand Recognition	39
4.4.7 Brand Recall.....	39
4.4.8 Top of Mind	40
BAB V	41
PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43

ABSTRAK

Kemajuan teknologi telah berkembang pesat pada era zaman sekarang khususnya pada bidang informasi dan komunikasi. Namun, saat ini teknologi tidak hanya digunakan sebagai pertukaran informasi saja, melainkan sebagai sarana untuk mengembangkan sebuah bisnis melalui berbagai cara agar mendapatkan keuntungan dalam berbisnis. Salah satunya yaitu platform media sosial Instagram yang berperan sebagai sarana memperkenalkan, mempromosikan serta memasarkan sebuah produk. Platform ini dimanfaatkan oleh sebuah toko roti yaitu Gelis Cake and Bakery untuk mempromosikan produk nya melalui akun @geliscakeandbakery. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian deskriptif untuk menganalisis. Penelitian ini menerapkan teori Difusi Inovasi yang dicetuskan oleh Everret M. Rogers. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa instagram bisa membantu *brand awareness* Gelis Cake and Bakery ditunjukkan dengan konten-konten yang *eye catching* dan menarik sehingga calon konsumen tertarik untuk membeli produk Gelis Cake and Bakery dan membantu membangun *brand awareness*. Pemanfaatan media sosial instagram dengan teori Difusi Inovasi ini mampu membantu membangun *brand awareness* pada toko roti Gelis Cake and Bakery.

Kata Kunci : Instagram, Gelis Cake and Bakery, *Brand Awareness*

ABSTRACT

Technological advances have developed rapidly in the current era, especially in the field of information and communication. However, currently technology is not only used as an exchange of information, but also as a means to develop a business through various ways to gain profit in doing business. One of them is the Instagram social media platform which acts as a means of introducing, promoting and marketing a product. This platform is used by a bakery, namely Gelis Cake and Bakery to promote its products through the @geliscakeandbakery account. This study uses a qualitative approach and descriptive research methods to analyze. This study applies the Diffusion of Innovation theory initiated by Everret M. Rogers. The results of this study show that Instagram can help *brand awareness* of Gelis cake and bakery shown with eye-catching and interesting content so that potential consumers are interested in buying Gelis Cake and Bakery products and help build *brand awareness*. The use of Instagram social media with the Diffusion of Innovation theory can help build *brand awareness* at the Gelis Cake and Bakery.

Keywords: Instagram, Gelis Cake and Bakery, *Brand Awareness*

