

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* INSTAGRAM JOGJA JERSEY
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DI KALANGAN
KOMUNITAS OLAHRAGA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

NUUR ANGGRAINI KUSUMAWATI

22.96.2941

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

2026

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* INSTAGRAM JOGJA JERSEY
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DI KALANGAN
KOMUNITAS OLAHRAGA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

NUUR ANGGRAINI KUSUMAWATI

22.96.2941

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *CONTENT MARKETING* INSTAGRAM JOGJA JERSEY
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DI KALANGAN
KOMUNITAS OLAHRAGA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nuur Anggraini Kusumawati

22.96.2941

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 19 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIK. 190302485

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI CONTEN MARKETING INSTAGRAM JOGJA JERSEY
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI KALANGAN
KOMUNITAS OLAHRAGA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nuur Anggraini Kusumawati
22.96.2941

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Februari 2026

Nama Penguji

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

Bela Fataya Azmi, S.Kom.I., M.A.
NIK. 190302659

Yulinda Erlistyarini, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIK. 190302485

Tanda Tangan



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(19 Februari 2026)**

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.

Yogyakarta, 19 Februari 2026



Nuur Anggraini Kusumawati

22.96.2941

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim....

Dengan penuh rasa Syukur ke hadirat Allah SWT. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, bapak Suryanto dan ibu Parinem, yang senantiasa hadir dalam setiap langkah perjalanan penulis. Doa, dukungan, kesabaran, serta pengorbanan yang tiada henti menjadi kekuatan utama bagi penulis dalam menempuh proses pendidikan hingga sampai pada titik ini. Skripsi ini, penulis persembahkan sebagai bentuk ungkapan terima kasih dan menjadi bukti kepada ibu dan bapak. Karya ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam perjalanan panjang untuk mewujudkan mimpi, sekaligus menjadi salah satu alasan kebanggaan bagi kedua orang tua atas segala usaha dan perjuangan yang telah penulis jalani.

Terima kasih terlebih kepada Nuur Anggraini, yang telah berjuang dengan kesabaran, kekuatan dan semangat. Terima kasih telah bertahan, melangkah sejauh ini, serta menghadapi setiap proses dengan keberanian. Apa yang telah dilewati merupakan bukti bahwa diri ini mampu dan pantas untuk bermimpi lebih besar. Tetaplah semangat dan terus berusaha, karena pencapaian ini bukanlah akhir, melainkan awal dari perjalanan menuju kesuksesan.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan Rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam senantiasa kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Skripsi ini berjudul “*Strategi Content marketing Instagram Jogja Jersey dalam Meningkatkan Brand awareness di Kalangan Komunitas Olahraga Yogyakarta*”. Penelitian ini mengkaji bagaimana Jogja Jersey sebagai merek apparel olahraga local memanfaatkan Instagram sebagai media Content marketing, serta bagaimana strategi tersebut dianalisis berdasarkan prinsip teori 4C dalam membangun brand awareness. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, yang telah memberikan arahan, motivasi, serta dukungan selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu saya menyampaikan terima kasih kepada:

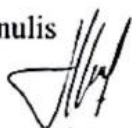
1. Prof Dr. Muhammad Suyanto, M.M. Selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Rivga Agusta, S.IP., M.A. Selaku Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Yulinda Erlistyarini, S.I.kom., M.Med.kom. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan ilmu dalam pengerjaan Skripsi ini.
5. Andreas Tri Pamungkas, S.Sos, M.A. Selaku dosen wali.
6. Pemilik Jogja Jersey, Bapak Muhammad Wahyu gandewo serta divisi Tim marketing Jogja Jersey kepada Bapak Indra dan Bapak Arif Nugraha, yang telah memberikan bimbingan, ilmu dan kepercayaan, serta selaku narasumber yang sudah bersedia meluangkan waktu.

7. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Suryanto dan Ibu Parinem, terima kasih atas perjuangan, doa dan cinta yang tidak pernah putus untuk saya. Meski dengan segala keterbatasan, bapak dan ibu selalu percaya dan mendukung hingga saya mampu meraih gelar sarjana. Terutama untuk ibu, pintu surga dan tempat pulang paling nyaman, terima kasih atas kasih sayang dan doa yang selalu menguatkan langkah saya sampai hari ini.
8. Kakak-kakak tersayang dan tercinta yaitu mb Fitri dan mb Sari, terima kasih hingga sampai saat ini selalu memberikan dukungan moral, nasihat dan doa-doa tulus yang selalu menguatkan langkah adik bungsu ini disetiap tantangan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan membalas segala kebaikan kalian dengan rezeki yang berlimpah.
9. Untuk sahabat-sahabat saya Hana, Citra, Devi, Alya dan Abel. Terima kasih atas setiap bantuan, masukan, dan arahan yang diberikan, sehingga penulis kembali bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga dan bertahan selamanya.
10. Terakhir, untuk seseorang yang sangat berarti yaitu, Mahdi Muthahhari. Terima kasih atas waktu, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan, baik dalam bentuk materi maupun ide, hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita dalam suka dan duka, serta menemani proses perjalanan ini. Semoga selalu menjadi pribadi yang baik dan kuat, apa pun yang akan dihadapi pada masa depan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, karena keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 19 Februari 2026

Penulis



Nuur Anggraini Kusumawati

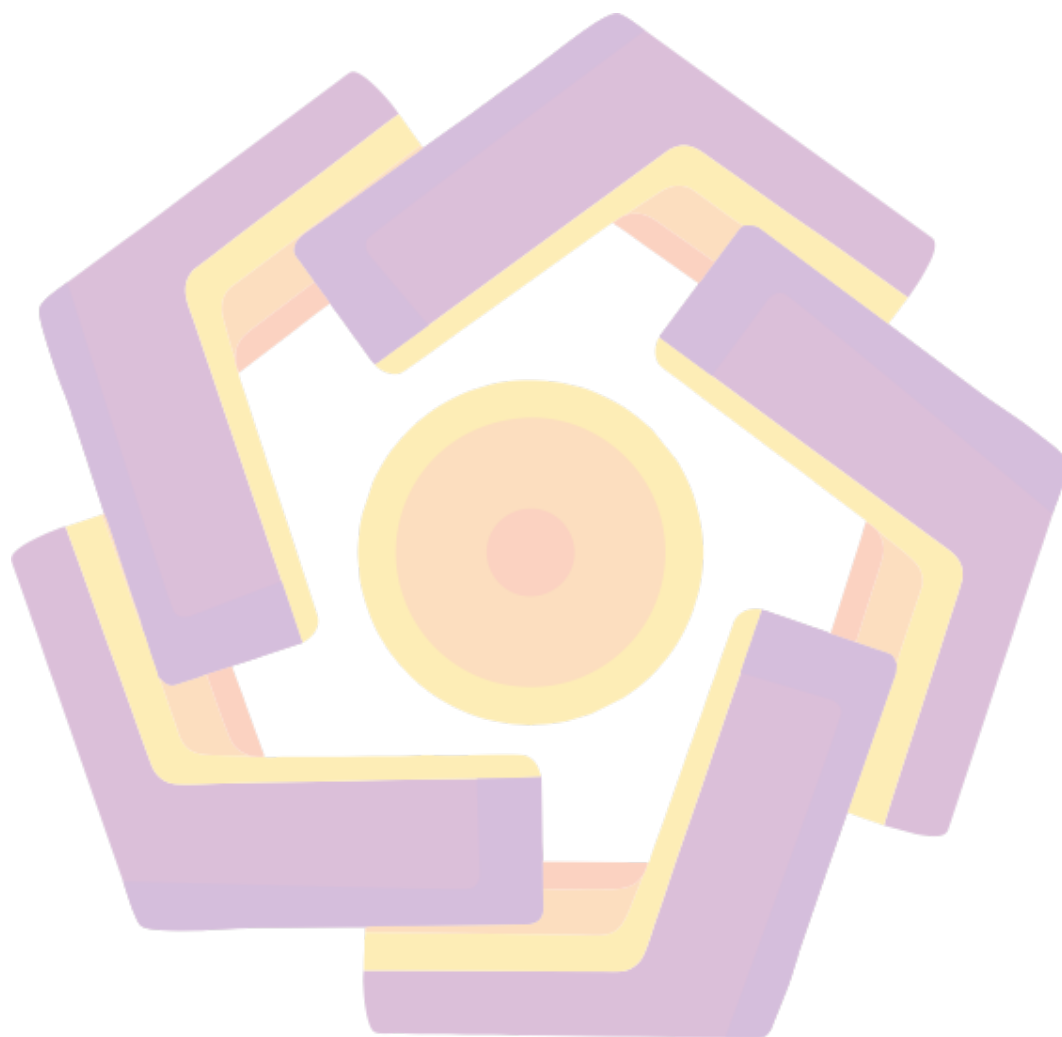
DAFTAR ISI

STRATEGI <i>CONTENT MARKETING</i> INSTAGRAM JOGJA JERSEY DALAM MENINGKATKAN <i>BRAND AWARENESS</i> DI KALANGANKOMUNITAS OLAHRAGA YOGYAKARTA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Strategi <i>Content marketing</i>	12
2.2.2 <i>Brand awareness</i>	16
2.3 Kerangka Berpikir	16
BAB III	18
METODOLOGI PENELITIAN	18

3.1 Paradigma Penelitian	18
3.2 Pendekatan Penelitian.....	18
3.3 Metode Penelitian	19
3.4 Subjek & Objek Penelitian.....	19
3.5 Teknik Pengambilan Data	19
3.6 Waktu Penelitian	21
3.7 Teknik Analisis Data	21
3.8 Teknik Keabsahan Data	21
BAB IV	22
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Sejarah Singkat Jogja Jersey	23
4.2 Profil Instagram Jogja Jersey	24
4.3 Deskripsi Informan	24
4.4 Temuan Penelitian.....	25
4.4.1 Strategi <i>Content marketing</i>	26
4.5 Pembahasan Penelitian	38
4.5.1 Strategi <i>Content marketing</i> Instagram Jogja Jersey	38
4.5.2 Evaluasi strategi dalam meningkatkan <i>Brand awareness</i>	44
BAB V.....	46
PENUTUP.....	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	52

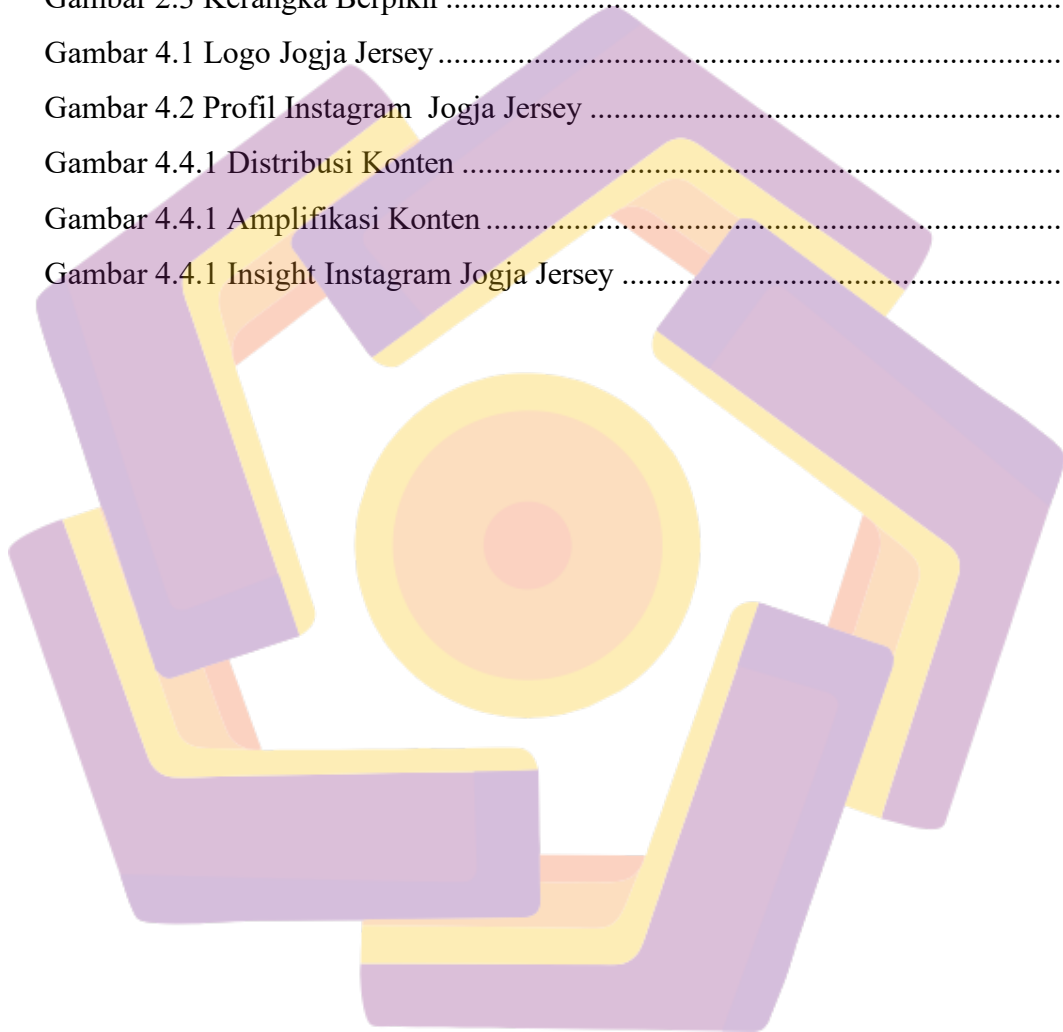
DAFTAR TABEL

Tabel 1 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2 4.3 Informan penelitian	25



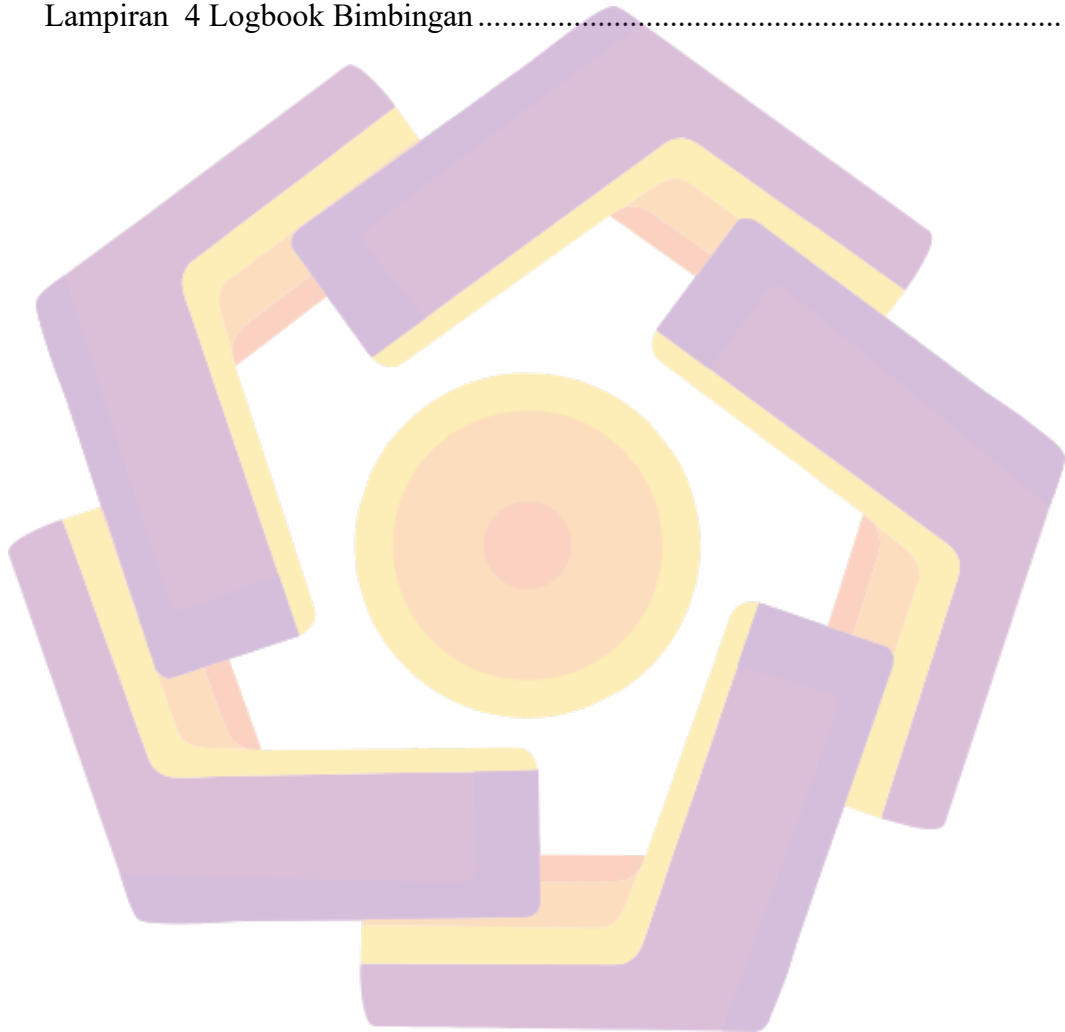
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna Instagram di Indonesia	2
Gambar 1.1 <i>Engagement</i> dan Postingan Konten Instagram Jogja Jersey	5
Gambar 1.1 Profil Bio Instagram Jogja Jersey	4
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	17
Gambar 4.1 Logo Jogja Jersey	23
Gambar 4.2 Profil Instagram Jogja Jersey	24
Gambar 4.4.1 Distribusi Konten	32
Gambar 4.4.1 Amplifikasi Konten	33
Gambar 4.4.1 Insight Instagram Jogja Jersey	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	51
Lampiran 2 Dokumentasi Observasi	84
Lampiran 3 Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing.....	87
Lampiran 4 Logbook Bimbingan	89



ABSTRAK

Perkembangan Instagram sebagai media pemasaran digital memberikan peluang bagi UMKM dalam membangun *brand awareness* melalui strategi *content marketing*. Jogja Jersey sebagai *brand* apparel olahraga lokal di Yogyakarta yang memanfaatkan Instagram sebagai media promosi utama untuk menjangkau komunitas olahraga yang terus berkembang. Namun, terdapat kesenjangan antara potensi fitur interaktif Instagram dengan implementasi strategi konten yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *content marketing* Instagram Jogja Jersey dalam meningkatkan *brand awareness* di kalangan komunitas olahraga Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data di peroleh melalui observasi akun Instagram, wawancara mendalam dengan pemilik, dua tim marketing dan dua dari komunitas olahraga Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *content marketing* Instagram Jogja Jersey mampu meningkatkan *brand awareness* pada tahap pengenalan merek (*brand recognition*). Aspek yang telah berjalan optimal meliputi konsistensi unggahan konten, kualitas visual desain produk, serta pemanfaatan Instagram sebagai media promosi utama untuk menampilkan portofolio dan hasil produksi. Namun, strategi tersebut belum sepenuhnya optimal pada aspek perencanaan konten yang terstruktur, segmentasi audiens komunitas olahraga, pemanfaatan fitur interaktif seperti reels dan stories, serta penguatan dua arah untuk meningkatkan engagement secara berkelanjutan. Dengan demikian, diperlukan penguatan startegi konten yang lebih terarah dan interaktif agar *brand awareness* dapat berkembang ke tahap yang lebih tinggi dan mampu memperkuat posisi Jogja Jersey di tengah persaingan apparel olahraga lokal.

Kata kunci: *Content marketing*, Instagram, UMKM, kesadaran merek, Jogja Jersey

ABSTRACT

The development of Instagram as a digital marketing platform provides opportunities for UMKM to build brand awareness through content marketing strategies. Jogja Jersey, a local sports apparel brand in Yogyakarta, utilizes Instagram as its primary promotional medium to reach the growing sports community. However, there is a gap between the interactive potential of Instagram features and actual implementation of its content strategy. This study aims to analyze the Instagram content marketing strategy of Jogja Jersey in enhancing brand awareness among sports communities in Yogyakarta. The research applies a post-positivisme paradigm with a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation of the Instagram account, in-depth interviews with the owner, two marketing team members, and two representatives from sport communities in Yogyakarta. The findings indicate that Jogja Jersey's content marketing strategy has succeeded in increasing brand awareness at the brand recognition level. The optimal aspects include consistency in content posting, high-quality visual product design, and the effective use of Instagram as the main promotional platform to showcase portfolios and production results. However, the strategy has not been fully optimized in terms of structured content planning, audience segmentation, utilization of interactive features such as reels and stories, and strengthening two-way interaction to enhance sustainable engagement. Therefore, a more strategic and interactive content approach is needed to elevate brand awareness to a higher level and strengthen Jogja Jersey's competitive position in the local sports apparel market.

.Keyword: Content marketing, Instagram, UMKM, Brand awareness, Jogja Jersey