



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN AGENT
PROPERTI PT. FASTINDO KREASI UTAMA (FASTPRO)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**

(S.I.Kom)

ALDY PRIGEL NUGROHO

213516516069

PROGRAM ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Agustus 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY THROUGH
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AT THE PROPERTY AGENT
COMPANY PT. FASTINDO KREASI UTAMA (FASTPRO)**

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science degree. (S.I.Kom)**

ALDY PRIGEL NUGROHO

213516516069

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

August 2025

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldy Prigel Nugroho

NPM : 213516516069

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN AGENT PROPERTI PT. FASTINDO KREASI UTAMA (FASTPRO)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 5 AGUSTUS 2025

Yang membuat pernyataan,


Aldy Prigel Nugroho

UNIVERSITAS NASIONAL

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Akreditasi :
Doktor Ilmu Politik (Unggul) - Magister Ilmu Politik (A) - Magister Administrasi Publik (A) - Magister Sosiologi (Baik)
Magister Ilmu Komunikasi (Baik) - Sarjana Ilmu Politik (A) - Sarjana Hubungan Internasional (E)
Sarjana Sosiologi (Unggul) - Sarjana Administrasi Publik (A) - Sarjana Ilmu Komunikasi (A)
Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520. Telp (021) 70737624, 7066700 Ext 146.
Fax: 7802715-7802719. Homepage: <http://www.unas.ac.id> Email: info@unas.ac.id

SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama Mahasiswa/i : Aldy Prigel Nugroho

Nomor Pokok Mahasiswa/i : 213516516069

Prodi, Kekhususan : Ilmu Komunikasi

Menyatakan, bahwa skripsi berjudul : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Pada Perusahaan Agen Properti PT. Fastindo Kreasi Utama (Fastpro).

adalah benar karya tulis saya, yang disusun untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti-bukti bahwa skripsi tersebut merupakan hasil Plagiat, atau tidak disusun melalui prosedur yang telah ditentukan atau tidak memenuhi ketentuan yang ditetapkan dalam berita acara ujian skripsi, maka saya bersedia menerima sanksi Pembatalan atas skripsi tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, Agustus 2025

Materai



Aldy Prigel Nugroho

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Aldy Prigel Nugroho
NPM	: 213516516069
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Public Relation
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram pada perusahaan agent Properti PT.Fastindo Kreasi Utama (Fastpro)
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional
Disahkan	
Jakarta, 31 Juli 2025	
Dosen Pembimbing	Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Dr. Yuri Alfrin Azzuddin, M.Si., M.I.Kom	 Dr. Aya Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aldy Prigel Nugroho
NPM : 213516516069
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relation
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram pada perusahaan agent Properti PT.Fastindo Krcasi Utama (Fastpro)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 31 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom

Ketua-Prodi Ilmu Komunikasi



Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Aldy Prigel Nugroho
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516069
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Peminatan : Ilmu Komunikasi/ Public Relation
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial
Instagram Pada Perusahaan Agent Properti PT.
Fastindo Kreasi Utama(Fastpro)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 20 Agustus 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 27 AGUSTUS 2025

Ketua Sidang /
Penguji 2 : Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Penguji 1 : Djudjur Luciana Radjaguguk,
S.Sos., M.Si.

Pembimbing : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si.,
M.I.Kom.

Keterangan:

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak diijilid.

Halaman Pengesahan Skripsi

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Aldy Prigel Nugroho
NPM : 213516516069
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram
Pada Perusahaan Agent Properti PT.Fastindo Kreasi Utama
(Fastpro)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Nursatyo, S.Sos.M.Si.

(.....)

Penguji 1 : Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

(.....)

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom

(.....)

Jakarta, 4 September 2025



LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Aldy Prigel Nugroho	
NPM	: 213516516069	
Fakultas/Akademik	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	
Prodi & Peminatan	: Ilmu Komunikasi/Public Relation	
Tanggal Sidang	: 20 Agustus 2025	
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA		
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN AGENT PROPERTI PT. FASTINDO KREASI UTAMA (FASTPRO)		
JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS		
MARKETING COMMUNICATION STRATEGY THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AT THE PROPERTY AGENT COMPANY PT. FASTINDO KREASI UTAMA (FASTPRO)		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi Ilmu komunikasi	Mahasiswa
TGL : 27 Agustus 2025	TGL : 27 Agustus 2025	TGL : 27 Agustus 2025
 Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M I Kom	 Djudjur Luciana Radjagukguk, K Sos M Si	 Aldy Prigel Nugroho

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram Pada Perusahaan Agent Properti PT. Fastindo Kreasi Utama”. Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai waktunya, tanpa bantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini. Sebagai ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. Angga Sulaiman, S.IP., M.A.P., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Bapak Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.Kom., Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah banyak membantu, memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih banyak diucapkan kepada Pak Yuri Alfrin

Aladdin karena sudah memberikan masukan yang positif selama proses bimbingan. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan motivasi, saya tidak begitu yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.

8. Seluruh jajaran staff dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama penulis berkuliah di Universitas Nasional. Penulis sangat berterima kasih atas ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis.
9. Kepada para informan yang telah banyak membantu penulis dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
10. Bapak Subero Talkis, ayahanda tercinta, yang dengan caranya sendiri telah menjadi sosok yang tangguh dan bertanggung jawab dalam memimpin keluarga. Terima kasih atas setiap tetesan keringat, kekuatan, pengorbanan, serta doa yang ayah curahkan tanpa henti. Walau ungkapan kasih sayang tak selalu hadir dalam bentuk perhatian, tetapi setiap pengorbanan ayah adalah bukti nyata cinta yang tak terucap.
11. Cinta pertama penulis, ibu Sri Rahayu, sosok yang selalu hadir dalam ruang kekhawatiran dan doa penulis di setiap langkah hidup, kasih sayangnya tak pernah sedikitpun pudar dalam hati penulis. Segala lelah yang ditanggungnya, meski kadang disertai keluh lirih, justru menjadi api semangat yang menyala dalam diri penulis. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk terus melangkah, meski dalam diam penulis sering merindukan hangat pelukannya.
12. Kepada saudara laki-laki pertama penulis Fuad Deni Setyawan yang hampir setiap kali membutuhkan sesuatu, penulis selalu menjadi tempat pertama yang dia tuju. Terima kasih atas setiap masukan, meski penuh tantangan, dan sedikit ikut membentuk ketangguhan penulis dalam menghadapi proses ini.

13. Kepada saudara perempuan penulis, Dwi Popy Ayuningsih, yang selalu menjadi musuh kecil di dalam dinamika kehidupan, namun sangat penulis sayangi. Terima kasih atas segala dukungan dan semangatnya.
14. Kepada saudara perempuan penulis, Rosi Triastuti yang hampir setiap kali membutuhkan sesuatu, penulis selalu menjadi tempat pertama yang dia tuju. Terima kasih atas setiap masukan, meski penuh tantangan, dan sedikit ikut membentuk ketangguhan penulis dalam menghadapi proses ini.
15. Kepada rekan seperjuangan Wardah, Ahyuni, Satria, Terima kasih atas semangat dan motivasi yang diberikan.
16. Kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penulis, meskipun tak bisa disebutkan satu per satu semoga segala kebaikan yang diberikan menjadi amal yang tak ternilai.
17. Terakhir, Terimakasih untuk diri saya sendiri Aldy Prigel Nugroho atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga saya tidak pernah menyerah dalam mencoba dan mengerjakan tugas akhir skripsi ini, Semoga saya tetap rendah hati karena ini baru awal dari semuanya.

Jakarta, 12 Juli 2025

Aldy Prigel Nugroho

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Fastindo Kreasi Utama (Fastpro) melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan brand awareness dan minat konsumen terhadap produk properti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan tim pemasaran perusahaan, observasi konten Instagram resmi perusahaan, serta dokumentasi aktivitas promosi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengacu pada konsep bauran pemasaran (Marketing Mix 7P), yang mencakup product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Fastpro di Instagram memanfaatkan konten visual yang estetik dan informatif, penggunaan fitur Instagram seperti Reels, Stories, dan Live untuk meningkatkan interaksi, serta pengelolaan engagement melalui kolom komentar dan direct message. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun citra merek profesional dan meningkatkan minat calon konsumen. Integrasi elemen 7P dalam strategi komunikasi pemasaran digital Fastpro mampu memperkuat daya saing perusahaan di pasar properti yang kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi perusahaan properti lain dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran yang efektif, sekaligus memberikan kontribusi teoretis pada pengembangan kajian strategi komunikasi pemasaran digital di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Instagram, Brand Awareness, Marketing Mix 7P, Properti.



ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by PT. Fastindo Kreasi Utama (Fastpro) through Instagram to increase brand awareness and consumer interest in property products. This study used a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with the company's management and marketing team, observation of the company's official Instagram content, and documentation of promotional activities. Data analysis was conducted using descriptive qualitative methods, referring to the 7Ps of the marketing mix, which encompasses product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The results show that Fastpro's marketing communication strategy on Instagram utilizes aesthetic and informative visual content, utilizes Instagram features like Reels, Stories, and Live to increase interaction, and manages engagement through the comments section and direct messages. This strategy has proven effective in building a professional brand image and increasing interest from potential customers. The integration of the 7Ps elements into Fastpro's digital marketing communication strategy strengthens the company's competitiveness in the competitive property market. This research is expected to serve as a practical reference for other property companies in utilizing social media as an effective marketing communication tool, while also providing a theoretical contribution to the development of digital marketing communication strategy studies in Indonesia.

Keywords: Strategi Komunikasi, Instagram, Brand Awareness, Marketing Mix 7P, Properti.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORINALITAS.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA TULIS ILMIAH	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10

2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Teori Yang Digunakan.....	16
2.2.1 Teori Marketing Mix.....	16
2.2.2 Konsep Strategi.....	27
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	32
2.2.4 Instagram.....	36
2.3. Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Pendekatan Penelitian	42
3.3 3.3 Metode Penelitian	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	50
3.6 Teknik Keabsahan Data	57
3.7 Informan Penelitian.....	63
3.8 Jadwal Penelitian.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	67
4.1.2 Struktur Organisasi	68
4.2 Profil Informan Penelitian.....	71
4.3 Hasil Pembahasan	74
4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Fastpro melalui Instagram Berdasarkan Marketing Mix 7P	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104

DAFTAR PUSTAKA	107
-----------------------------	------------



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Instagram @Fastpro.co.id	4
Gambar 3. 1 Skena Model Analisis Data Interaktif	57
Gambar 4. 1 logo Fastpro	67
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	68
Gambar 4. 3 Website Fastpro	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	39
Tabel 3. 1 Key Informan.....	64
Tabel 3. 2 Informan Pendukung	65
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	65

