



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BRANDING UNIVERSITAS
SIBER ASIA DALAM PERSPEKTIF *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC)**

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Akun Media Sosial Instagram @univsiberasia)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

WULAN ANGGRAENI

NPM 213516516489

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POILITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

AGUSTUS, 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**UTILIZATION of INSTAGRAM as a BRANDING MEDIA for ASIAN CYBER
UNIVERSITY in the PERSPECTIVE *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* (IMC)**

(Qualitative Descriptive Study on Instagram Social Media Accounts @univsiberasia)

THESIS

**Submittes as one of requirements for pursuing a Bachelor's Degree in Communication
Science (S.I.Kom)**

WULAN ANGGRAENI

NPM 213516516489

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION STUDY PROGRAM

JAKARTA

AUGUST, 2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : WULAN ANGGRAENI
NPM : 213516516489
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Branding Universitas Siber Asia Dalam Perspektif *Integrated Marketing Communication (IMC)* (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Akun Media Sosial Instagram @univsiberasia)
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, 14 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dian Metha Ariyanti S.Sos M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana Radjaguguk S.Sos M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : WULAN ANGGRAENI
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516489
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Peminatan : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Universitas Siber Asia Dalam Perspektif *Integrated Marketing Communication* (IMC) (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @univsiberasia)."
Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Agustus 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 8 September 2025

Ketua Sidang /
Penguji 2 : Dr. Irfan Fauzi M.Si.

Penguji 1 : Dra. Masnah M.Si.

Pembimbing : Dian Metha Ariyanti S.Sos.,M.Si.

Keterangan :

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



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : WULAN ANGGRAENI

NPM : 213516516489

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Konsentrasi : PUBLIC RELATIONS

Judul Skripsi : PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA BRANDING UNIVERSITAS SIBER
ASIA DALAM PERSPEKTIF INTEGRATED
MARKETING COMMUNICATION (IMC) (Studi
Deskriptif Kualitatif Terhadap Akun Media
Instagram @univsiberasia)

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, 15 September 2025

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dian Metha Ariyanti S.Sos., M.Si.

Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WULAN ANGGRAENI

NPM : 213516516489

Prodi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Branding Universitas Siber Asia Dalam Perspektif Integrated Marketing Communication (IMC) (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Akun Media Sosial Instagram @univsiberasia)

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 di kemudian hari terdapat penyimpangan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Wulan Anggraeni

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul **“Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Universitas Siber Asia Dalam Perspektif *Integrated Marketing Communication* (IMC)” (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Akun Media Sosial Instagram @univsiberasia)**. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir dalam pelaksanaan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga dibuat sebagai wujud implementasi dari ilmu yang peneliti dapatkan selama masa perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, peneliti berharap dapat belajar lebih banyak lagi dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan. Penelitian ini tentunya tidak lepas dari bimbingan, masukan, dan arahan. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti juga tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Aos Yuli Firdaus, S.I.P M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P.,M.A.P., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerja Sama dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Ibu Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Ibu Dian Metha Ariyanti, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing dan dosen pembimbing akademik peneliti yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi.
7. Orangtua tersayang Bapak Kateni dan Ibu Rosyati atas dukungan finansial, pengorbanan dan doa yang selalu diusahakan dalam diam. Terimakasih telah

mengajarkan saya menjadi anak dan perempuan yang kuat dan penuh semangat dalam hal dan senantiasa berdiri sendiri. Sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sarjana.

8. Kepada Keluarga, Nenek Amsah, Om Kadeni S.H dan Tante Anita yang selalu membantu peneliti dan memberikan motivasi dan semangat untuk terus belajar hingga saat ini.
9. Kepada Alessandro yang telah mengajarkan saya banyak hal dan menjadi tanah yang menopang saya untuk tetap tumbuh semakin tinggi dan besar merekah terimakasih sudah menjadi teman yang baik.
10. Teman bimbingan seperjuangan Kania Balkis Kirana, Deliana Azzahra yang selalu senantiasa membersamai selama proses bimbingan dan memberikan dukungan peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini hingga selesai.
11. Kepada para narasumber yang telah membantu dan meluangkan waktunya untuk membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini.
12. Podcast Jurnalrisa, Nadia Omara, Nessie Judge, Close The Door yang telah menemani penulis dalam menyusun penelitian ini hingga selesai.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Jakarta, 6 Agustus 2025

Wulan Anggraeni

NIM : 213516516489

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Lembar Halaman Orisinalitas	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Praktis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5. Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori	17
2.2.1 Teori <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
2.3.1 Pemanfaatan Media Sosial.....	19
2.3.2 Media Sosial	21
2.3.3 Penerapan Instagram	23
2.3.4 Media.....	26
2.3.5 Media Branding	27
2.3.6 Integrated Marketing Communication	28
2.3.7 Komponen- Komponen IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	28
2.3.8 Universitas Pembelajaran Jarak Jauh	32
2.4. Kerangka Pemikiran.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Paradigma Penelitian	35
3.2 Pendekatan Penelitian	36
3.3 Teknik Penentuan Informan	36
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	38
3.4.1 Subjek Penelitian.....	38
3.4.2 Objek Penelitian.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 Teknik Keabsahan Data	40
3.8 Waktu, Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	41
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	41
3.8.2 Waktu Penelitian.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum	43
4.1.1 Profil Universitas Siber Asia.....	43
4.1.2 Logo Universitas Siber Asia.....	43
4.2 Profil Umum Universitas Siber Asia	44
4.3 Sejarah Singkat Berdirinya Universitas Siber Asia	45
4.4. Struktur Organisasi	46
4.2 Struktur Organisasi Universitas Siber Asia.....	47
4.5 Visi dan Misi Universitas Siber Asia.....	48
4.5.1 Visi.....	48
4.5.2 Misi	48
4.6 Hasil Penelitian.....	50
4.6.1 Direct Marketing.....	52
4.6.2 Sales Promotion	53
4.6.3 Personal Selling	56
4.6.4 Public Relations	58
4.6.5 Advertising	60
4.6.6 Word of Mouth	62
4.6.7 Events and Experience	64
4.6.8 Interactive Marketing	66
4.6.9 Pemanfaatan Instagram	68
4.6.10 Media Sosial	70

4.6.11 Media.....	71
4.6.12 Media Branding.....	72
4.6.13 Universitas Pembelajaran Jarak Jauh	73
4.6.14 Integrated Marketing Communication.....	74
4.7 Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	33
Tabel 2. 3 Jadwal Penelitian	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Universitas Siber Asia	43
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Universitas Siber Asia.....	47
Gambar 4. 3 Profile Akun Instagram Universitas Siber Asia	48
Gambar 4. 4 Flyer Promosi	56
Gambar 4. 5 Postingan Testimoni Mahasiswa	58
Gambar 4. 6 Postingan Kegiatan HIMAMEN dan Testimoni Corneles	63
Gambar 4. 7 Postingan Kegiatan Kampus dan Webinar	65
Gambar 4. 8 Postingan Reels di Instagram	67
Gambar 4. 9 Postingan Reels dan Instastory.....	69
Gambar 4. 10 Akun Instagram @univsiberasia	71
Gambar 4. 11 Postingan Pencapaian Kampus	72
Gambar 4. 12 Postingan Kegiatan Zoom di Instagram	73
Gambar 4. 13 Postingan Instagram @univsiberasia.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Draft Wawancara.....	89
Lampiran 2 Lembar Dokumentasi Narasumber.....	95
Lampiran 3 Lembar Biodata Peneliti	96
Lampiran 4 Lembar Penugasan Pembimbing Skripsi	97
Lampiran 5 Lembar Persetujuan Skripsi	98
Lampiran 6 Lembar Turnitin.....	99
Lampiran 7 Lembar SKPI	100



ABSTRAK

Nama : Wulan Anggraeni

NPM : 213516516489

Judul Penelitian : Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Universitas Siber Asia Dalam Perspektif Integrated Marketing Communication (IMC) (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Akun Media Instagram @univsiberasia)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram digunakan sebagai media branding oleh Universitas Siber Asia dalam perspektif Integrated Marketing Communication (IMC). Di tengah persaingan antar perguruan tinggi serta perubahan perilaku komunikasi digital generasi muda, Instagram menjadi media strategis dalam menyampaikan pesan institusi secara visual dan interaktif. Universitas Siber Asia sebagai universitas pembelajaran jarak jauh memanfaatkan akun @univsiberasia untuk menjangkau audiens luas melalui konten edukatif, promosi program studi, serta membangun identitas institusi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis dan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada key informan dan informan yang merupakan pengikut akun Instagram @univsiberasia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram oleh Universitas Siber Asia meliputi lima komponen IMC: *advertising, direct marketing, salespromotion, public relations, dan personal selling*, yang seluruhnya diintegrasikan secara konsisten dalam membangun brand awareness, menciptakan hubungan personal dengan audiens, serta memperkuat kredibilitas institusi sebagai universitas daring modern. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis terhadap pengembangan strategi komunikasi pemasaran digital di sektor pendidikan tinggi.

Kata Kunci: Instagram, Media Sosial, Media Branding, Universitas Siber Asia, Integrated Marketing Communication (IMC), Komunikasi Pemasaran Digital.



ABSTRACT

Name : Wulan Anggraeni

NPM : 213516516489

Thesis Title : Utilization of Instagram as a Branding Media for Universitas Siber Asia in the Perspective Integrated Marketing Communication (IMC) (Qualitative Descriptive Study on Instagram Social Media Accounts @univsiberasia)

This research aims to find out how the utilization of Instagram social media is used as a branding media by Universitas Siber Asia in the perspective of Integrated Marketing Communication (IMC). In the midst of competition between universities and changes in the digital communication behavior of the younger generation, Instagram is a strategic medium in conveying institutional messages visually and interactively. Siber Asia University as a distance learning university utilizes the @univsiberasia account to reach a wide audience through educational content, promotion of study programs, and building institutional identity. This research uses a descriptive qualitative approach with a constructivist paradigm and data collection techniques in the form of in-depth interviews with key informants and informants who are followers of the @univsiberasia Instagram account. The results showed that the utilization of Instagram by Universitas Siber Asia includes five IMC components: advertising, direct marketing, sales promotion, public relations, and personal selling, all of which are consistently integrated in building brand awareness, creating personal relationships with audiences, and strengthening the institution's credibility as a modern online university. This research provides theoretical and practical contributions to the development of digital marketing communication strategies in the higher education sector.

Keywords: Instagram, Social Media, Media Branding, Asian Cyber University, Integrated Marketing Communication (IMC).

