



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS *CONTENT PILLAR* DALAM STRATEGI
PENGELOLAAN INSTAGRAM @telkomproperty OLEH PT
GRAHA SARANA DUTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata (S1)
Ilmu Komunikasi**

**ANU SALAMAH
2235161516268**

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2026**



UNIVERSITAS NASIONAL

**CONTENT PILLAR ANALYSIS IN THE INSTAGRAM
MANAGEMENT STRATEGY @telkomproperty BY PT GRAHA
SARANA DUTA**

THESIS

**Submitted as one of the requirements to achieve a Bachelor's Degree (S1) in
Communication Science**

ANU SALAMAH

2235161516268

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.



HALAMAN PERSETUJUAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL



PERSETUJUAN SKRIPSI

| | |
|-----------------------|---|
| Nama Mahasiswa | Anu Salamah |
| Nomor Pokok Mahasiswa | 223516516268 |
| Program Studi | Ilmu Komunikasi |
| Kekhususan | Public Relations |
| Judul Skripsi | Analisis <i>Content Pillar</i> dalam Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty oleh PT Graha Sarana Duta |
| 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, Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

| | |
|---|--|
| Dosen Pembimbing | Ketua Prodi Ilmu Komunikasi |
|  |  |
| Nursatyo, S.Sos, M.Si | Swastiningsih, S.E, M.Si. |

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anu Salamah
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516268
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : Analisis *Content Pillar* dalam Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty oleh PT Graha Sarana Duta
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, 28 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Aas Nubi Firdaus, S.I.P., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh,

Nama : Anu Salamah

NPM : 223516516268

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis *Content Pillar* dalam Strategi Pengelolaan Instagram

@telkomproperty oleh PT Graha Sarana Duta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. (.....)

Penguji 1 : Nieke Monika Kulsum, S.E., M.Si. (.....)

Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si. (.....)

UNIVERSITAS NASIONAL

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 28 Februari 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, karena atas rahmat, rezeki, berkah, dan izinnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penelitian skripsi dengan judul “Analisis *Content Pillar* dalam Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty oleh PT Graha Sarana Duta”, dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

Peneliti menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan lancar karena adanya bimbingan, masukan, arahan, bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, izinkan peneliti menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak di bawah ini:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
4. Ibu Swastiningsih, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi atas kesempatan dan dukungan yang diberikan kepada peneliti.
5. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Bapak Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik.
7. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu dan membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
8. Para dosen Fakultas FISIP yang telah memberikan ilmu dan pengalaman selama masa studi.
9. Kepada informan yang terlibat, terima kasih atas kesediaannya dalam memberikan informasi yang berguna dan berarti untuk penelitian ini.

10. Kepada orang tua peneliti, Ibunda, Almh. yang sangat peneliti cintai dan rindukan. Terima kasih atas dukungan, dan motivasi yang diberikan semasa hidup Mama, peneliti tidak mungkin ada di tahap ini jika bukan karena pengorbanan dan kasih sayang mama yang sangat luar biasa. Kepada Ayahanda yang juga sangat peneliti cintai, terima kasih atas dukungan dan pelajaran hidup yang sangat berharga, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 Ilmu Komunikasi.
11. Kepada keluarga peneliti, kakak-kakak peneliti, Mba Asma, Mas Akhmad, Mas Akbar, Mba Siti, Mba Fara yang telah memberikan dukungan dan motivasi. Serta kepada keponakan peneliti Alesha dan Fatahillah yang selalu menghibur peneliti.
12. Teman peneliti yaitu Ara, Febi, Kumala, Mira, Aliza, Nazwa, Lota, dan Fathan yang menjadi bagian dari perjalanan akademik peneliti baik suka atau duka selama perkuliahan.
13. Serta Sahabat peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan yang telah diberikan kepada peneliti.

Terlepas dari semua itu, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan baik dari segi materi, susunan maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka peneliti menerima segala saran dan kritik yang diberikan agar peneliti dapat memperbaikinya dan untuk peningkatan penelitian yang lebih baik ke depannya. Demikian, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat secara akademik maupun praktis. Terima kasih.

Jakarta, 14 Februari 2026

Peneliti

Anu Salamah

NPM.223516516268

ABSTRAK

Nama : Anu Salamah
NPM : 223516516268
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis *Content Pillar* dalam Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty oleh PT Graha Sarana Duta
Dosen Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan Instagram sebagai media komunikasi perusahaan yang menuntut strategi konten yang terstruktur dan konsisten. Meskipun kajian mengenai manajemen media sosial telah berkembang, penelitian yang secara khusus menempatkan *Content Pillar* sebagai instrumen strategis dalam pengelolaan Instagram perusahaan manajemen properti masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Content Pillar* dalam Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty oleh PT Graha Sarana Duta. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi non partisipan, dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan kerangka model *The Circular Model of S.O.M.E* oleh Luttrell (2016), konsep pendukung Pengelolaan Komunikasi Digital oleh Rulli Nasrullah (2021), dan *Content Pillar* oleh El Mutjaba (2023). Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Graha Sarana Duta menerapkan lima pilar konten, yaitu *Corporate Update, Employee Stories & Culture, Customer Focus, Innovation & Excellence, dan Trust & Integrity*. Kelima pilar tersebut berfungsi sebagai kerangka tematik yang memastikan komunikasi perusahaan berjalan konsisten, terarah, dan relevan bagi audiens sekaligus menjadi alat strategis dalam membangun *brand awareness*, citra positif, dan keterlibatan audiens TelkomProperty di Instagram. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *Content Pillar* merupakan instrumen strategis dalam pengelolaan komunikasi digital. Temuan pada penelitian ini berkontribusi pada pengembangan praktik pengelolaan komunikasi digital berbasis pilar konten di Instagram.

Kata Kunci: *Content Pillar*; PT Graha Sarana Duta; Strategi Konten; Pengelolaan Komunikasi Digital; Instagram.

ABSTRACT

Name : Anu Salamah
NPM : 223516516268
Study Program : Communication Science
Title : *Content Pillar Analysis in the Instagram Management Strategy @telkomproperty by PT Graha Sarana Duta*
Advisor : Nursatyo, S.Sos., M.Si.

This research is motivated by the increasing use of Instagram as a corporate communication platform that requires structured and consistent content strategies. Although studies on social media management have developed significantly, research that specifically positions Content Pillars as strategic instruments in managing Instagram for property management companies remains limited. This study aims to analyze the role of Content Pillars in the Instagram management strategy of @telkomproperty by PT Graha Sarana Duta. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through interviews, non-participant observation, and documentation, and were analyzed using The Circular Model of S.O.M.E by Luttrell (2016), supported by the concepts of Digital Communication Management by Rulli Nasrullah (2021) and Content Pillars by El Mutjaba (2023). The findings indicate that PT Graha Sarana Duta implements five content pillars: Corporate Update, Employee Stories & Culture, Customer Focus, Innovation & Excellence, and Trust & Integrity. These pillars function as thematic frameworks that ensure corporate communication remains consistent, directed, and relevant to audiences, while also serving as strategic instruments in building brand awareness, a positive corporate image, and audience engagement on Instagram. This study concludes that Content Pillars constitute a strategic instrument in digital communication management and contribute to the development of pillar-based digital communication practices on Instagram.

Keywords: Content Pillar; PT Graha Sarana Duta; Content Strategy; Digital Communication Management; Instagram.

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI | v |
| HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI | vii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| ABSTRAK | xi |
| DAFTAR ISI | xiii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 8 |
| BAB II | 8 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| 2.2 Gap dan Novelty | 12 |
| 2.3 Landasan Teori <i>The Circular Model of S.O.M.E</i> | 14 |
| 2.4 Konsep | 17 |
| 2.4.1 <i>Content Pillar</i> | 17 |
| 2.4.2 Strategi Konten..... | 20 |
| 2.4.3 Pengelolaan | 21 |
| 2.4.4 Instagram..... | 23 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| BAB III | 26 |
| METODELOGI PENELITIAN | 26 |
| 3.1 Paradigma Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Pendekatan Penelitian | 27 |

| | |
|--|------------|
| 3.3 Metode Penelitian..... | 28 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| 3.5 Jenis Data | 34 |
| 3.6 Teknik Pemilihan Informan..... | 34 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.8 Teknik Keabsahan Data..... | 40 |
| 3.9 Lokasi dan Jadwal Penelitian | 42 |
| BAB IV | 44 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 44 |
| 4.1.1 Profil PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty)..... | 44 |
| 4.1.2 Sejarah PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty) | 44 |
| 4.1.3 Visi dan Misi PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty)..... | 45 |
| 4.1.4 Lokasi PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty) | 46 |
| 4.1.5 Struktur PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty)..... | 46 |
| 4.1.6 Logo PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty)..... | 48 |
| 4.1.7 Profil Instagram PT Graha Sarana Duta @telkomproperty..... | 49 |
| 4.1.8 Profil Informan..... | 51 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 53 |
| 4.2.1 Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty..... | 53 |
| 4.2.2 <i>Content Pillar</i> Instagram @telkomproperty..... | 67 |
| 4.2.3 <i>Content Pillar</i> dalam Strategi Pengelolaan Instagram @telkomproperty berdasarkan The Model of S.O.M.E | 93 |
| 4.2 Pembahasan..... | 113 |
| BAB V..... | 125 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 125 |
| 5.1 Kesimpulan | 125 |
| 5.2 Saran..... | 126 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 128 |
| LAMPIRAN..... | 132 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Perbandingan Akun Instagram pada Bisnis Manajemen Properti | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| Tabel 3.1 Jadwal Penelitian | 42 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------------|---|-----|
| Gambar 1.1 | Tampilan Akun Instagram PT Graha Sarana Duta (TelkomProperty) | 3 |
| Gambar 2.1 | The Circular Model of SoMe..... | 15 |
| Gambar 1.2 | Kerangka Pemikiran | 26 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi TelkomProperty | 46 |
| Gambar 4.2 | Logo TelkomProperty | 48 |
| Gambar 4.3 | Profil Instagram TelkomProperty | 49 |
| Gambar 4.4 | Tautan Navigasi TelkomProperty | 50 |
| Gambar 4.5 | Content Pillar TelkomProperty | 72 |
| Gambar 4.6 | Konten dengan Pilar Corporate Update | 74 |
| Gambar 4.7 | Konten dengan Pilar Employee Stories & Culture | 77 |
| Gambar 4.8 | Konten dengan Pilar Customer Focus | 80 |
| Gambar 4.9 | Konten dengan Pilar Innovation & Excellence | 83 |
| Gambar 4.10 | Konten dengan Pilar Trust & Integrity | 86 |
| Gambar 4.11 | Konten Quiz berdasarkan Pilar Trust & Integrity | 109 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. SK Dosen Pembimbing..... | 132 |
| Lampiran 2. Konsultasi Bimbingan..... | 133 |
| Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Wawancara | 135 |
| Lampiran 4. Transkrip Wawancara Informan Kunci | 136 |
| Lampiran 5. Transkrip Wawancara Informan Utama 1 | 146 |
| Lampiran 6. Transkrip Wawancara Informan Utama 2 | 154 |
| Lampiran 7. Transkrip Wawancara Informan Tambahan | 160 |
| Lampiran 8. Dokumentasi | 163 |
| Lampiran 9. Catatan Lapangan (Field Notes) | 164 |
| Lampiran 10. Hasil Turnitin | 165 |
| Lampiran 11. Surat Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI)..... | 167 |
| Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup Penulis | 168 |

