



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION PT MENDING DIGITAL
KREATIF DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS AKUN INSTAGRAM
@CLOUDSEVENIDN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

ADWIN AQSHAL RAMADHAN

203516516537

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2026



UNIVERSITAS NASIONAL

**SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF PT MENDING DIGITAL
KREATIF IN BUILDING BRAND AWARENESS FOR THE INSTAGRAM ACCOUNT
@CLOUDSEVENIDN**

THESIS

**Submitted as Partial Fulfilment of the Requirements For the Bachelor Degree of Communication
Science**

ADWIN AQSHAL RAMADHAN

203516516537

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE

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.

Nama : Adwin Aqshal Ramadhan

NPM : 203516516537



Ttd.



Adwin Aqshal Ramadhan

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Adwin Aqshal Ramadhan
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516537
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Social Media Marketing Communication PT Mending Digital Kreatif dalam Membangun Brand Awareness Akun Instagram @Cloudsevenidn
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

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, SE., M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adwin Aqshal Ramadhan
NPM : 203516516537
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING
COMMUNICATION PT MENDING DIGITAL KREATIF
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS AKUN
INSTAGRAM @CLOUDSEVENIDN
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari pernyataan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Nursatyo S.Sos. M. Si.



Dr. Aos Yuli Birdaus, S.IP., M.S

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Adwin Aqshal Ramadhan
NPM : 203516516537
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING
COMMUNICATION PT MENDING DIGITAL
KREATIF DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS AKUN INSTAGRAM
@CLOUDSEVENIDN

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

Ketua Sidang
/ Penguji II : Cynthia Dewi Angraini, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)

Penguji I : Azizah Des Derivanti, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)

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

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 11 Maret 2026

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan YME, karena dengan kehendak dan nikmatnya: nikmat iman, hingga nikmat kesehatan. Sehingga pengerjaan skripsi ini dapat diselesaikan dengan benar dan tepat waktu. Salawat dan salam juga ‘tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita, Baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang telah menuntun umatnya serta menjadi panutan dari zaman dahulu, hingga sekarang.

Setelah kurang lebih 4 tahun meyusuri perjalanan yang cukup panjang beserta cerita-cerita yang ada di dalamnya saat masa perkuliahan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul, **“STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING COMMUNICATION PT MENDING DIGITAL KREATIF DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS AKUN INSTAGRAM @CLOUDSEVENIDN”**. Tujuan dari pengerjaan skripsi ini semata-mata disusun untuk memenuhi persyaratan agar dapat memperoleh gelar Strata Satu (S1) di Universitas Nasional, Jakarta.

Dalam pelaksanaannya, penelitian dan penyusunan skripsi ini, tentu saja penulis masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran sangatlah dibutuhkan agar dapat menyempurnakan penyusunan karya ilmiah ini dan dan karya-karya ilmiah selanjutnya.

Tentu saja, dalam proses penulisan skripsi ini, tidak sedikit hambatan-hambatan dan juga rintangan yang harus dilalui. Namun, berkat adanya dukungan serta doa yang diberikan kepada penulis dari banyak pihak sehingga pengerjaan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Yth. Ibu Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Yth. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

4. Yth. Bapak Nursatyo, S.Sos.M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan, kritik, serta saran kepada penulis, selama penyusunan skripsi ini.
5. Yth. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang sudah menyumbangkan ilmu, nasihat, motivasi, serta kritik dan saran kepada penulis.
6. Seluruh jajaran PT Mending Digital Kreatif selaku Key Informan dan seluruh orang-orang dari Cloud Seven yang juga terlibat, sehingga pengerjaan skripsi ini dapat dituntaskan. Terima kasih karena telah membantu selama menjalani wawancara.
7. Sabillillah Putra Aliandro, Jessica Mayuri D, dan Rio Soemarga selaku informan dan juga *graphic designer, director* dan KOL dari PT Mending Digital Kreatif atas kesediaan wawancara dan kesempatan untuk membimbing dan membantu penulis, meskipun memiliki kesibukannya masing-masing.
8. Kepada orang tua penulis, Alm. Rachmat Ramadhan dan Raden Roro Ismiyanti yang sudah membesarkan penulis, serta sudah memberikan dukungan fisik serta batin, seperti semangat, hingga doa yang tidak pernah putus kepada penulis. Sehingga pengerjaan karya ilmiah skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Kepada adik-adik penulis, Adwina Alya Ramadhan dan Adwin Arsy Ramadhan, yang sudah memberikan semangat dan juga doa kepada penulis, sehingga pengerjaan skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Kepada Dr. Dra. Conny Riana Tjampakasari, M.S., DMM., Dr. Eva Rachmi Triwahjuni dan Zainal Abidin, S.T., M.T., selaku Tante dan Om penulis yang juga sangat berkontribusi dalam hal banyak hal, seperti bantuan materi, semangat, hingga doa. Sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan sampai tuntas.
11. Kepada seluruh keluarga besar Sadija Sadrija, keluarga besar R.Soepardo dan juga berbagai pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan penelitian ini.
12. Kepada sahabat-sahabat penulis di Universitas Nasional, di antaranya: Ahmad Syauqi Maulana, S.I.Kom., Olos Rihan Sangaji, Dian Lestari, S.I.Kom., Salsabila Yuliansyah, S.I.Kom., Achmad

Rivandi, S.I.Kom., Fadhil Maulana, S.I.Kom., hingga Taufiq Hidayatullah, S.I.Kom.. Terima kasih atas segala dukungan, kesenangan, dan segala lika-liku yang pernah lahir di antara kita.

13. Kepada teman-teman di SMA penulis, khususnya untuk para teman-teman dari 'Las Vegas', atas segala dukungan serta kebusukan dan keceriaan yang telah diberikan kepada penulis.
14. Kepada Muhammad Usamah Abdul Quddus Lubis, A.Md.Si dan Denny Basten, selaku teman-teman penulis yang menemani penulis selama pengerjaan skripsi ini. Sehingga pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan
15. Yang terakhir, mungkin penulis akan mengucapkan ucapan terima kasih untuk diri penulis sendiri sendiri atas semua dedikasi, upaya keras hingga kesabaran dalam menyelesaikan penelitian ini. Sehingga pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sangat sadar hal ini bahwa penelitian ini tetap memerlukan perbaikan. Maka dari itu, penulis sangat mengapresiasi semua masukan serta kritik dan saran yang sekiranya dapat membangun untuk meningkatkan kualitas penulisan penelitian ini.

Harapan penulis adalah agar nantinya penelitian ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi yang positif bagi pembaca dan kemajuan ilmu pengetahuan. Yang kurang datangnya dari penulis, dan yang lebih hanya milik Tuhan YME. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 12 Februari 2026



Adwin Aqshal Ramadhan

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penerapan Teori Social Media Marketing Communication oleh PT Mending Digital Kreatif dalam membangun brand awareness akun Instagram @CLOUDSEVENIDN. Berdasarkan teori Social Media Marketing, Chi, Hsu-Hsien (2011), media sosial berfungsi sebagai jembatan antara merek dan konsumen, memungkinkan penyampaian pesan yang personal. Metode yang digunakan meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Cloud Seven melalui media sosial Instagram dilakukan melalui pembuatan konten-konten informasi dan edukasi seputar Cloud Seven. Selain itu, dalam meningkatkan *brand awarness*, strategi yang dilakukan menggunakan fitur Instagram-ads, serta berkolaborasi dengan KOL, dan bekerja sama dengan akun-akun Instagram lainnya. Respons positif dari publik menunjukkan konten yang informatif dan menghibur, terutama bagi generasi Z. Meskipun menghadapi tantangan dalam pengelolaan masukan publik, penelitian ini menekankan pentingnya strategi terstruktur untuk mencapai komunikasi efektif dan meningkatkan *brand awareness*.

Kata Kunci: Social Media Marketing Communication, *brand awareness*, Instagram, PT Mending Digital Kreatif, Cloud Seven, strategi pemasaran.



ABSTRACT

This study analyzes the application of the Social Media Marketing Communication Theory by PT Mending Digital Kreatif in building brand awareness for the Instagram account @CLOUDSEVENIDN. According to the Social Media Marketing Theory, Chi, Hsu-Hsien (2011), social media serves as a bridge between brands and consumers, allowing for the delivery of personalized messages. The methods used include interviews, observations, and documentation. The results show that Cloud Seven's marketing communication strategy through Instagram is carried out by creating informative and educational content related to Cloud Seven. Additionally, to enhance brand awareness, strategies include using Instagram ads, collaborating with KOLs, and partnering with other Instagram accounts. Positive responses from the public indicate that the content is both informative and entertaining, especially for Generation Z. Despite challenges in managing public feedback, this study emphasizes the importance of a structured strategy to achieve effective communication and increase brand awareness.

Keywords : *Social Media Marketing Communication, brand awareness, Instagram, PT Mending Digital Kreatif, Cloud Seven, marketing strategy.*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.1. Research Gap.....	26
2.1.2. Kebaruan Penelitian.....	27
2.2. Marketing Communication.....	28
2.3. Social Media Marketing Communication.....	30
2.3.1. Karakteristik Social Media Marketing Communication.....	31
2.3.2. Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran	34
2.3.3. Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran	35
2.3.4. Brand Awareness.....	37
2.3.5. Tingkatan Brand Awareness	38
2.4. Hubungan Social Media Marketing Communication dengan Brand Awareness	39
2.5. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	41
3.2. Penentuan Informan Subjek dan Objek Penelitian	41
3.2.1. Subjek Penelitian	41

3.2.2. Objek Penelitian	42
3.3. Penentuan Informan	42
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1. Wawancara	46
3.5.2. Observasi	46
3.5.3. Dokumentasi	47
3.6. Teknik Analisis Data.....	47
3.6.1. Analisis Interaktif	48
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	49
3.8. Lokasi dan Jadwal Penelitian	51
3.8.1. Lokasi Penelitian.....	51
3.8.2. Jadwal Penelitian	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1. Gambaran Umum PT Mending Digital Kreatif.....	52
4.1.1. Visi dan Misi PT Mending Digital Kreatif.....	54
4.1.2. Fungsi PT Mending Digital Kreatif dalam Membangun Brand Awareness Akun Instagram @CLOUDSEVENIDN.....	54
4.1.3. Struktur Organisasi PT Mending Digital Kreatif.....	56
4.1.4. Logo Mending Digital Kreatif	57
4.1.5. Logo Cloud Seven	58
4.2. Strategi Social Media Marketing Communication melalui Instagram	60
4.2.1. Interactivity.....	62
4.2.2. User Generated Content.....	65
4.2.3. Two-Way Communication	69
4.2.4. Real Time Communication	71
4.2.5. Viral Potential.....	73
4.3. Hambatan yang Dialami Pihak Pempublikasian.....	75
4.3.1. Analisis Penerapan Social Media Marketing Communication.....	78
4.4. Pembahasan	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran.....	84
5.2.1. Bagi PT Mending Digital Kreatif	84
5.2.1. Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional	85
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	93

DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA	93
FOTO BERSAMA KEY INFORMAN DAN INFORMAN UTAMA.....	106
FOTO BERSAMA INFORMAN TAMBAHAN	106
FOTO BERSAMA INFOMRAN TAMBAHAN	106
HASIL CEK PLAGIASI.....	107
PENUGASAN DOSEN PEMBIMBING	107
LEMBAR KETERANGAN PENDAMPING IJAZAH	108
KONSULTASI BIMBINGAN	108
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram.....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Profil PT Mending Digital Kreatif.....	5
Gambar 1. 4 Profil Akun Instagram @CLOUDSEVENIDN	7
Gambar 1. 5 Profil Akun Instagram Friendship	8
Gambar 4. 1 Logo Mending Digital Kreatif Indonesia.....	57
Gambar 4. 2 Logo Cloud Seven	58
Gambar 4. 3 Gambar Profil Instagram Cloud Seven.....	60
Gambar 4. 4 Gambar Komentar Publik	63
Gambar 4. 5 Konten Mixology.....	68
Gambar 4. 6 Gambar Konten Lifestyle.....	68
Gambar 4. 7 Gambar Story Cloud Seven.....	73
Gambar 4. 8 Gambar Kolaborasi Cloud Seven dengan @unexplnd	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	40
Tabel 3. 1 Daftar Informan.....	44
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi PT Mending Digital Kreatif.....	56
Tabel 4. 2 Alur Publikasi Konten.....	62

