



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM PEMBENTUKAN  
*BRAND IMAGE* SEKOLAH DASAR ALAM KAMPUNG SAWAH DEPOK  
MELALUI AKUN INSTAGRAM @salamkpsawah**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)

**Novi Aulia Ramadhani**

**223516416328**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FEBRUARI 2026**



**NASIONAL UNIVERSITY**

***DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING THE BRAND  
IMAGE OF SEKOLAH DASAR ALAM KAMPUNG SAWAH DEPOK THROUGH THE  
INSTAGRAM ACCOUNT @SALAMKPSAWAH***

**SKRIPSI**

*Submitted as one of the requirements to obtain  
a bachelor of communication science (S.I.KOM) degree*

**Novi Aulia Ramadhani**

**223516416328**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT**

**FEBRUARY, 2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Novi Aulia Ramadhani

NPM 223516416328

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Pembentukan Brand Image Sekolah Dasar Alam Kampung Sawah Depok Melalui Akun Instagram @Salamkpsawah

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 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, 12 Februari 2026

  
METERAN  
TEMPEL  
FASAM 00300535043  
UNIVERSITAS NASIONAL

Novi Aulia Ramadhani

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PERSETUJUAN SKRIPSI

|                       |                                                                                                                                                          |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama Mahasiswa        | : Novi Aulia Ramadhani                                                                                                                                   |
| Nomor Pokok Mahasiswa | : 223516416328                                                                                                                                           |
| Program Studi         | : Ilmu Komunikasi                                                                                                                                        |
| Kekhususan            | : Periklanan                                                                                                                                             |
| Judul Skripsi         | : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Pembentukan <i>Brand Image</i> Sekolah Dasar Alam Kampung Sawah Depok Melalui Akun Instagram @Salamkpsawah |
| 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, 12 Februari 2026

**UNIVERSITAS NASIONAL**

|                                  |                                |
|----------------------------------|--------------------------------|
| Dosen Pembimbing                 | Ketua Prodi Ilmu Komunikasi    |
|                                  |                                |
| Dr. Dra. Nurlyati Samatan, M.Ag. | Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si. |

## LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

### LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Novi Aulia Ramadhani  
NPM : 223516416328  
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi & Peminatan : Ilmu Komunikasi (Periklanan)  
Tanggal Sidang : 28 Februari 2026

#### JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM  
PEMBENTUKAN BRAND IMAGE SEKOLAH DASAR ALAM KAMPUNG  
SAWAH DEPOK MELALUI AKUN INSTAGRAM @salamkpsawah**

#### JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**DIGITAL MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN BUILDING THE  
BRAND IMAGE OF SEKOLAH DASAR ALAM KAMPUNG SAWAH DEPOK  
THROUGH THE INSTAGRAM ACCOUNT @SALAMKPSAWAH**

#### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

| Pembimbing                                                                          | Ka. Prodi                                                                           | Mahasiswa                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| TGL : 04 Maret 2026                                                                 | TGL : 04 Maret 2026                                                                 | TGL : 04 Maret 2026                                                                   |
|  |  |  |
| Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag                                                     | Swastiningsih, S.E., M.Si                                                           | Novi Aulia Ramadhani                                                                  |

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Novi Aulia Ramadhani

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516416328

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Periklanan

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam  
Pembentukan *Brand Image* Sekolah Dasar Alam  
Kampung Sawah Depok Melalui Akun Instagram  
*@salamkpsawah*

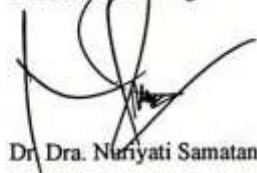
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**Disahkan**

Jakarta, 12 Februari 2026

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Nuriyati Samatan., M.Ag

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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

## HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Novi Aulia Ramadhani  
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516416328  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Kekhususan : Periklanan  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL  
DALAM PEMBENTUKAN BRAND IMAGE SEKOLAH  
DASAR ALAM KAMPUNG SAWAH DEPOK MELALUI  
AKUN INSTAGRAM @salamkpsawah

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2026, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2026

Penguji 2 /  
Ketua Sidang

Dr. Asran Jalal, M.Si

Penguji 1

Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si

Pembimbing

Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag

#### Keterangan :

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

## ABSTRAK

Nama : Novi Aulia Ramadhani  
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516416328  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
DIGITAL DALAM PEMBENTUKAN BRAND

IMAGE SEKOLAH DASAR ALAM  
KAMPUNG SAWAH DEPOK MELALUI  
AKUN INSTAGRAM @salamkpsawah

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kata Kunci:</b> | Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran digital Sekolah Dasar Alam Kampung Sawah Depok melalui akun Instagram @salamkpsawah dalam membentuk <i>brand image</i> sekolah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan analisis data model interaktif Miles dan Huberman. Kerangka teori yang digunakan adalah <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) untuk melihat integrasi dan konsistensi pesan dalam komunikasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan sebagai kanal utama dalam membangun citra sekolah sebagai lembaga pendidikan alam yang inklusif, hangat, dan berorientasi pada pembentukan karakter. Namun, penerapan strategi komunikasi pemasaran digital belum sepenuhnya optimal karena belum didukung oleh perencanaan pesan yang terstruktur, integrasi antarkanal, serta standar operasional interaksi yang jelas. Terdapat pula kesenjangan antara representasi digital dan pengalaman nyata, di mana pengalaman langsung dinilai lebih kuat dibandingkan citra yang ditampilkan di media sosial. Oleh karena itu, penguatan integrasi dan konsistensi pesan diperlukan untuk membangun <i>brand image</i> yang lebih efektif dan berkelanjutan. |
| Dosen Pembimbing   | Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## ABSTRACT

Name : Novi Aulia Ramadhani  
NPM : 223516416328  
Study Program : Communication Science  
Title : DIGITAL MARKETING COMMUNICATION  
STRATEGY IN BUILDING THE BRAND IMAGE  
OF SEKOLAH DASAR ALAM KAMPUNG  
SAWAH DEPOK THROUGH THE INSTAGRAM  
ACCOUNT @SALAMKPSAWAH

|                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Keywords:</b>                                                                                            | <i>This study aims to analyze the digital marketing communication strategy implemented by Sekolah Dasar Alam Kampung Sawah Depok through its Instagram account @salamkpsawah in building the school's brand image. This research employs a qualitative approach within a constructivist paradigm. Data were collected through interviews, observation, and documentation, and analyzed using the interactive model of Miles and Huberman. The theoretical framework applied in this study is Integrated Marketing Communication (IMC) to examine message integration and consistency in the school's digital communication strategy. The findings indicate that Instagram functions as the primary communication channel in shaping the school's image as an inclusive, warm, and character-oriented nature-based educational institution. However, the implementation of the digital marketing communication strategy has not been fully optimized due to the absence of a structured core message, integrated content planning, and standardized interaction procedures. The study also reveals a gap between digital representation and actual experience, where direct experiences are perceived more positively than the image presented on social media. Therefore, strengthening message integration and consistency is necessary to build a more effective and sustainable brand image.</i> |
| <i>Digital Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communication, Brand image, Instagram</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Advisor                                                                                                     | Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

## DAFTAR ISI

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>UNIVERSITAS NASIONAL .....</b>                                      | <b>2</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                   | <b>7</b>  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                  | 10        |
| KATA PENGANTAR .....                                                   | i         |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                              | <b>iv</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                              | <b>v</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                                      | <b>1</b>  |
| <b>PENDAHULUAN .....</b>                                               | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                        | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                               | 5         |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                            | 5         |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                           | 5         |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                                            | 5         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                                            | 5         |
| 1.5 Batasan Penelitian.....                                            | 6         |
| 1.6 Sistematika Penulisan .....                                        | 7         |
| <b>BAB II.....</b>                                                     | <b>7</b>  |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                           | <b>7</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                         | 7         |
| 2.2 <i>Research Gap</i> .....                                          | 9         |
| 2.3 Landasan Konsep.....                                               | 10        |
| 2.4 Landasan Teori.....                                                | 13        |
| 2.4.1 Pengertian <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> ..... | 14        |
| 2.5 Kerangka Berfikir .....                                            | 19        |
| <b>BAB III.....</b>                                                    | <b>32</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                                     | <b>32</b> |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....                                         | 32        |
| 3.2 Pendekatan penelitian .....                                        | 33        |
| 3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....                                   | 34        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                                       | 36        |
| 3.5 Teknik Analisis Data.....                                          | 38        |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data .....                                        | 40        |
| 3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                  | 41        |
| <b>BAB IV.....</b>                                                     | <b>43</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                           | <b>43</b> |

|                             |                                                                         |           |
|-----------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.                        | Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....                                | 43        |
| 4.1 1                       | <b>Profil Objek Penelitian .....</b>                                    | 46        |
| 4.1 2                       | <b>Visi, Misi dan Nilai Sekolah .....</b>                               | 48        |
| 4.1 3                       | <b>Struktur Organisasi .....</b>                                        | 49        |
| 4.1 4                       | <b>Gambaran Umum Akun Instagram @salamkpsawah .....</b>                 | 52        |
| 4.2.                        | Hasil Penelitian .....                                                  | 57        |
| 4.2 1                       | <b>Tujuan Pemanfaatan Instagram.....</b>                                | 58        |
| 4.2 2                       | <b>Pesan Utama dan <i>Brand image</i> yang Dibangun .....</b>           | 60        |
| 4.2 3                       | <b>Perencanaan dan Produksi Konten Instagram .....</b>                  | 63        |
| 4.2 4                       | <b>Konsistensi Pesan dan Identitas Visual.....</b>                      | 66        |
| 4.2 5                       | <b>Integrasi Media Digital Sekolah .....</b>                            | 70        |
| 4.2 6                       | <b>Interaksi dengan Audiens Instagram .....</b>                         | 76        |
| 4.2 7                       | <b>Kesenjangan Citra Digital dan Pengalaman Nyata .....</b>             | 78        |
| 4.2 8                       | <b>Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pemasaran Digital .....</b> | 83        |
| 4.3.                        | Pembahasan.....                                                         | 86        |
| <b>BAB V</b>                | .....                                                                   | <b>93</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> | .....                                                                   | <b>93</b> |
| 5.1                         | Kesimpulan .....                                                        | 93        |
| 5.2                         | Saran .....                                                             | 94        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>       | .....                                                                   | <b>95</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>             | .....                                                                   | <b>99</b> |





## DAFTAR TABEL

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b> | <b>7</b>  |
| <b>Tabel 3. 1 <i>Key Informan</i>.....</b> | <b>27</b> |
| <b>Tabel 3. 2 Informan Pendukung.....</b>  | <b>27</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Profil Akun Instagram @salamkpsawah .....              | 3  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....                    | 20 |
| Gambar 4. 1 Sekolah Alam Kampung Sawah .....                       | 46 |
| Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Sekolah Alam Kampung Sawah .....   | 50 |
| Gambar 4. 3 Profil akun instagram Sekolah Alam Kampung Sawah ..... | 53 |
| Gambar 4. 4 Konten akun instagram Sekolah Alam Kampung Sawah ..... | 53 |
| Gambar 4. 5 Konten akun instagram Sekolah Alam Kampung Sawah ..... | 67 |
| Gambar 4. 6 Konten akun instagram Sekolah Alam Kampung Sawah ..... | 68 |
| Gambar 4. 7 Konten akun instagram Sekolah Alam Kampung Sawah ..... | 69 |
| Gambar 4. 8 Website Sekolah Alam Kampung Sawah .....               | 72 |
| Gambar 4. 9 Akun Facebook Sekolah Alam Kampung Sawah .....         | 73 |
| Gambar 4. 10 Komunitas WhatsApp Sekolah Alam Kampung Sawah .....   | 73 |
| Gambar 4. 11 Channel Youtube Sekolah Alam Kampung Sawah .....      | 74 |
| Gambar 4. 12 Akun Tiktok Sekolah Alam Kampung Sawah .....          | 75 |
| Gambar 4. 13 Tangkapan layar DM akun Instagram @salamkpsawah ..... | 77 |
| Gambar 4. 14 Kegiatan Berkebun Kelas 1 .....                       | 80 |

