

**EKSPLORASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL DALAM MEMPERKUAT BRANDING (STUDI
KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @PSTORE_BATAM)**

SKRIPSI



**Oleh:
Naomi Debora Siallagan
201110035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**EKSPLORASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL DALAM MEMPERKUAT BRANDING (STUDI
KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @PSTORE_BATAM)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Naomi Debora Siallagan
201110035**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**EKPLORASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL DALAM MEMPERKUAT *BRANDING* (STUDI
KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @PSTORE_BATAM)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

Naomi Debora Siallagan

201110035

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 25 Juli 2025


Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., CPS.

Pembimbing

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Naomi Debora Siallagan

NPM : 201110035

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

EKPLORASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MEMPERKUAT *BRANDING* (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @PSTORE_BATAM)

Adalah karya sendiri dan bukan hasil "duplikasi dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipasn daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 25 Juli 2025



Naomi Debora Siallagan

201110035



ABSTRAK

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial menjadi *platform* yang penting bagi bisnis untuk memasarkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. Salah satu strategi yang digunakan adalah pemasaran digital, di mana pemasaran dilakukan melalui konten yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi pemasaran digital pada akun Instagram @pstore_batam dalam memperkuat branding. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung akun Instagram @pstore_batam, dokumentasi dan juga studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen-elemen IMC yang dominan digunakan dalam strategi @pstore_batam meliputi periklanan digital, promosi penjualan, pemasaran langsung, interaktif marketing, serta aktivitas berbasis pengalaman pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana dapat memperkuat branding melalui komunikasi pemasaran digital.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram, @pstore_batam, Branding

ABSTRACT

In the rapidly evolving digital era, social media has become an essential platform for businesses to market their products and engage with consumers. One of the strategies used is digital marketing, where promotion is carried out through diverse content. This study aims to examine the digital marketing communication strategy of the Instagram account @pstore_batam in strengthening its branding. The research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through interviews, direct observation of the @pstore_batam Instagram account, documentation, and literature study. The results show that the dominant elements of IMC used in @pstore_batam's strategy include digital advertising, sales promotion, direct marketing, interactive marketing, and customer experience-based activities. This research provides insight into how branding can be strengthened through digital marketing communication.

Keywords: *Marketing Strategy, Digital Marketing Communication, Instagram, @pstore_batam, Branding*

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas perkenanan dan kasihNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., CPS selaku pembimbing skripsi penulis, juga sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam dan selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam
3. Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si selaku pembimbing akademik penulis dalam program studi Ilmu Komunikasi.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Untuk orangtua penulis Ibu Tiolina Siregar, terimakasih karna tidak berhenti mendoakan, mendukung sampai saat ini. Kepada Bapak (+) Bilianton Siallagan, pencapaian ini juga penulis dedikasikan kepada beliau yang sudah bersama Tuhan Yesus di surga.
6. Untuk rekan Angkatan 2020 yang telah menjadi rekan seperjuangan saat menempuh pendidikan di Universitas Putera Batam.

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu menyertai dengan kasih dan rahmat-Nya.

Batam, 24 Juli 2025



Naomi Debora Siallagan



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Teoritis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
2.2 Kajian Konseptual	16

2.2.1	Komunikasi	16
2.2.2	Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3	Pemasaran Digital	20
2.2.4	Media Sosial	23
2.2.5	Instagram	25
2.2.6	Branding	30
2.2.7	Strategi Pemasaran Digital dalam Membangun Branding	34
2.3	Penelitian Terdahulu	36
2.3	Kerangka Konseptual	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.1.1	Paradigma Konstruktivis	60
3.1.2	Metode penelitian Kualitatif	61
3.2	Objek Penelitian	66
3.3	Subjek Penelitian	66
3.3.1	Key Informan	68
3.3.2	Informan	70
3.4	Teknik Penumpulan Data	72
3.4.1	Wawancara	72
3.4.2	Observasi	74
3.4.3	Dokumentasi	75
3.5	Metode Analisis Data	75
3.6	Uji Kredibilitas Data	85

3.6.1	Uji Kredibility	86
3.6.2	Uji Transferbility.....	86
3.6.3	Uji Confirmability.....	88
3.7	Lokasi Penelitian & Jadwal Penelitian.....	88
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	89
3.7.2	Jadwal Penelitian.....	89
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		89
4.1	Profil Objek Penelitian.....	89
4.1.1	Profil Pstore.....	89
4.1.2	Profil Akun Instagram @pstore_batam	92
4.1.3	Visi Misi Instagram @pstore_batam	95
4.1.4	Tipe Konten Instagram @pstore_batam	96
4.2	Hasil Penelitian	100
4.2.1	Penerapan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	100
4.2.2	Aktivitas Komunikasi Pemasaran	105
4.2.3	Akun @pstore_batam Memperkuat Branding	110
4.3	Pembahasan.....	115
BAB V KESIMPULAN & SARAN		119
5.1	Kesimpulan	119
5.2	Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA		121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram @pstore_batam.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	52
Gambar 4.1 Logo Pstore	89
Gambar 4.2 Profil Instagram @pstore_batam.....	93
Gambar 4.3 Konten Stories Instagram @pstore_batam.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 State of The Art.....	46
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	89
Tabel 4.1 Visi & Misi Instagram @pstore_batam	95
Tabel 4.2 Klasifikasi IMC yang teraplikasi dalam Instagram @pstore_batam ..	117