

**STRATEGI PEMBUATAN KONTEN DI INSTAGRAM DALAM UPAYA
BRANDING UNIVERSITAS BINA DARMA**

KARYA AKHIR

**Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma**



Disusun Oleh :

Natasha Rahma Utami

211910036

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMBUATAN KONTEN DI *INSTAGRAM* DALAM UPAYA
BRANDING UNIVERSITAS BINA DARMA**

NATASHA RAHMA UTAMI

211910036

KARYA AKHIR

Disusun Sebagai Salah Satu Untuk Melakukan Penelitian

Menyetujui,

Palembang

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dekan Fakultas Sosial Humaniora



Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0208127303

Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora



Nuzsep Almigo, S.P.SI., M.Si, Ph.D
NIDN.001200970607

HALAMAN PERSETUJUAN

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipertahankan pada Ujian Seminar Hasil Riset pada Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma.

Nama : NATASHA RAHMA UTAMI
NIM : 211910036
Program Studi : Ilmu komunikasi
Fakultas : Sosial Humaniora
Judul Riset : Strategi Pembuatan Konten Di *Instagram* Dalam Upaya Branding Universitas Bina Darma .

Palembang, 9 Agustus 2025

Pembimbing



(Prof. H. Isna Wijayani, M.Si., Ph.D)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom)

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PEMBUATAN KONTEN DI *INSTAGRAM* DALAM
UPAYA BRANDING UNIVERSITAS BINA DARMA

Disusun Oleh :
NATASHA RAHMA UTAMI
211910036

Telah Dipertahankan di hadapan panitia skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang pada 26 Agustus 2025 guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan Lulus.

Panitia Penguji Skripsi

Pembimbing : Prof. H. Isna Wijayani, M.Si., Ph.D

(.....)

Penguji 1 : Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom

(.....)

Penguji 2 : Leo Ferdian Fauzi M.I.Kom

(.....)

Tanggal Sidang 25 Agustus 2025

Disahkan Oleh,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi




Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasha Rahma Utami
NIM : 211910036
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial dan Humaniora

Dengan ini menyatakan:

1. Penelitian riset ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan lain.
2. Penelitian riset ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing
3. Di dalam penelitian skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan ke dalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia penelitian skripsi yang saya hasilkan ini dicek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggah ke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, 20 September 2025

Yang membuat pernyataan,



METER
TEMPEL
EDDAX246652352

Natasha Rahma Utami

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Proses sama pentingnya dibandingkan hasil. Hasilnya nihil tak apa. Yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan”

(Sujiwo Tejo)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu, maka dia berada di jalan Allah”

(HR. Turmudzi)

“Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil, tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna”

(Albert Einstein)

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Teristimewa kedua orangtua saya, Ayahanda Husni Haq dan Ibunda Maria Susanti, atas segala pengorbanan, bantuan, materi, dan motivasi yang kuat, serta doa yang tak henti-hentinya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya menyampaikan karya tulis sederhana dan gelar ini kepada orang-orang yang saya sayangi, ayah dan ibu.
2. Ketiga adikku tersayang M. Arief Ilhamsyah, Alm M. Fahmi Muharram dan Alm M. Gyhsan Fachryansyah. Terimakasih telah memberikan doa, cinta dan segalanya untuk membantu saya dalam meraih cita-cita dan menjadi salah satu alasan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabat saya tercinta dan tersayang yang telah membantu, mendukung, menghibur dalam kesedihan, mendengarkan segala keluh kesah yang dirasa dan tak lupa memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Terakhir, terimakasih kepada diriku sendiri yang sudah menyelesaikan studi ini sampai dengan selesai dan melewati segalanya dengan baik.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pembuatan konten di Instagram dalam upaya branding Universitas Bina Darma melalui akun resmi @pmb_univ.binadarma. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari Manajer Marketing, Staff Marketing, dan mahasiswa magang yang terlibat langsung dalam pengelolaan konten media sosial Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas Bina Darma. Penelitian ini menggunakan teori AAKR (Awareness, Attention, Knowledge, Response) dan teori komunikasi kreatif sebagai landasan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pembuatan konten dilakukan melalui perencanaan materi promosi, penentuan target audiens, pembuatan desain visual yang menarik, serta konsistensi jadwal unggahan. Konten yang dipublikasikan berupa informasi penerimaan mahasiswa baru, promosi beasiswa, fasilitas kampus, program studi, dan berbagai promo biaya pendidikan. Pemanfaatan fitur Instagram seperti reels, story, polling, dan direct message mampu meningkatkan interaksi serta engagement audiens. Strategi tersebut dinilai efektif dalam membangun citra positif Universitas Bina Darma dan memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat luas, khususnya calon mahasiswa baru.

Kata Kunci: Strategi Konten, Instagram, Branding, Media Sosial, Universitas Bina Darma.

ABSTRACT

This study aims to determine the content creation strategy on Instagram as an effort to strengthen the branding of Bina Darma University through the official account @pmb_univ.binadarma. The research employed a descriptive qualitative method with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The informants consisted of the Marketing Manager, Marketing Staff, and internship students directly involved in managing the social media content of the New Student Admission Unit (PMB) at Bina Darma University. This study applied the AAKR theory (Awareness, Attention, Knowledge, Response) and creative communication theory as the analytical framework. The results showed that the content creation strategy was implemented through promotional planning, audience targeting, attractive visual design creation, and consistent posting schedules. The published content included information about new student admissions, scholarship promotions, campus facilities, study programs, and tuition discount promotions. The utilization of Instagram features such as reels, stories, polls, and direct messages successfully increased audience interaction and engagement. These strategies were considered effective in building a positive image of Bina Darma University and expanding promotional reach to the public, especially prospective students.

Keywords: Content Strategy, Instagram, Branding, Social Media, Bina Darma University.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul, Eksplorasi Pola Komunikasi Vertikal antara Pimpinan dengan Bawahan dalam Membangun Loyalitas Kerja dan Upaya Penanggulangan Konflik pada UMKM Rumah Lapar Palembang. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Bina Darma Palembang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan, baik dari segi waktu, tenaga, maupun keterbatasan pengetahuan. Namun semua itu dapat dilalui berkat bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M., selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh dalam proses pendidikan.
2. Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora, atas perhatian dan arahnya selama masa studi.
3. Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma, atas segala bentuk dukungan dan motivasinya.
4. Prof. Isnawijayani, M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan ketelitian, serta memberikan banyak masukan berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom dan Leo Ferdian Fauzi, M.I.Kom yang telah menjadi penguji 1 dan 2 saya, yang telah memberikan masukan kepada saya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Sosial Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu selama proses perkuliahan.

7. Kedua orang tua tercinta yang selalu menanyakan progress skripsi apakah berjalan lancar dan senantiasa mengingatkan penulis untuk membuat skripsi ini dan keluarga besar penulis atas doa, semangat, kasih sayang, serta dukungan yang tidak pernah berhenti dalam setiap langkah penulis.
8. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Bina Darma, khususnya yang senantiasa berkumpul bersama memberikan semangat, diskusi, selalu memberi tahu kesalahan dan mengkritik penulis tentang penelitian ini serta memberi solusi dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Natasha Rahma Utami. Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar – besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bertahan sampai titik ini, terimakasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang diusahakan. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.
10. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Palembang, 07 Agustus 2025

Natasha Rahma Utami

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Natasha Rahma Utami
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Tempat & tanggal Lahir : Palembang, 18 Desember 2003
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. Kapten Rabani Kadir, No. 26 Rt. 16 Rw 001
Kab. Banyuasin Kec. Rambutan Sumsel
Telp/Hp 089502107197

PENDIDIKAN

1. TK AR-RIDHO PALEMBANG (2009-2010)
2. SD MUHAMMADIYAH 3 PALEMBANG (2010-2015)
3. SMPN 7 PALEMBANG (2015-2018)
4. SMA PGRI 2 PALEMBANG (2018-2021)
5. Tercatat Sebagai Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang Fakultas Sosial Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi Dalam Penyelesaian Tugas Akhir.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN AKHIR.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	4
a. Manfaat Teoritis	4
b. Manfaat Praktis	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 7
2.1 Kerangka Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kerangka Teoritis	12
2.2.1 Model AAKR (<i>Awariness, Attention, Knowledge, Response</i>).....	12
2.2.2 Teori Komunikasi Kreatif.....	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	15
2.3.1 Strategi	15
2.3.2	16
2.3.3 Konten.....	17
2.3.4 Jenis – Jenis Konten	18
2.3.5 Instagram.....	19
2.3.6 Fitur – Fitur <i>Instagram</i>	21
2.3.7 Branding	22
2.3.8 Universitas Bina Darma	23
2.3.9 Visi Dan Misi Universitas Bina Darma	25
2.4 Kerangka Pikir.....	26
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Pendekatan Penelitian.....	27
3.3 Dimensi Penelitian.....	28
3.4 Metode Pengambilan Data	30
3.4.1 Observasi.....	30

3.4.2	Wawancara	31
3.4.3	Dokumentasi.....	32
3.5	Metode Analisis Data	33
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	35
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	35
3.6.2	Jadwal Penelitian	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Hasil Penelitian.....	37
4.1.1	Sejarah Universitas Bina Darma.....	37
4.1.2	Unit Marketing Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas Bina Darma	39
4.2	Profile Informan Penelitian	41
4.2.1	Informan Utama.....	41
4.2.2	Informan Pendukung	42
4.2.3	Informan 1	42
4.2.4	Informan 2.....	43
4.2.5	Informan 3.....	44
4.3	Penerapan Teori AAKR (<i>Awareness, Attention, Knowledge, Response</i>) dan Komunikasi Kreatif tercermin dalam strategi konten Instagram PMB Universitas Bina Darma.....	54
4.3.1	<i>Awareness</i>	57
4.3.2	<i>Attention</i>	62
4.3.3	<i>Knowledge</i>	65
4.3.4	<i>Response</i>	69
4.3.5	Dokumentasi Foto Wawancara.....	73
4.4	Hasil Konten.....	74
4.4.1	Promo Potongan 50% Uang Pendaftaran.....	74
4.4.2	Flyer Promo 50 % Potongan Uang Pendaftaran dan 500rb Uang Pangkal	76
4.4.3	Flyer Promo 50 % Potongan Uang Pendaftaran dan 500rb Uang Pangkal	79
4.4.4	Flyer Promo 50 % Potongan Biaya Pendaftaran dan Rp 1.000.000 Uang Pangkal Memakai Tanda Peserta UTBK	82
4.5	Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Kerangka Pikir	26
Tabel 3.1 Informan dan Wawancara	32
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4.1 Profile Informan.....	41
Tabel 4. 2 Profile Informan.....	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kampus Utama Universitas Bina Dharma.....	38
Gambar 4.2 Akun Instagram PMB Universitas Bina Dharma.....	40
Gambar 4.3 Narasumber Rasmila, M.Kom.	73
Gambar 4.4 Narasumber Rahma, S.Kom.	73
Gambar 4. 5 Narasumber M. Rizqi Hidayah Adryansyah.....	73
Gambar 4.6 Promo Potongan 50% Uang Pendaftaran.....	74
Gambar 4.7 Flyer Promo Potongan 50% Uang Pendaftaran Dan Potongan 500rb Uang Pangkal	76
Gambar 4. 8 Flyer Free Biaya Pendaftaran.....	79
Gambar 4.9 Flyer Promo 50% Potongan Biaya Pendaftaran Dan Rp 1.000.000 Uang Pangkal Memakai Tanda Peserta UTBK.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Wawancara	91
Lampiran 2. Lampiran Dokumentasi Wawancara dan Observasi.....	96
Lampiran 3. Artikel	97
Lampiran 4. Skor Plagiasi.....	109
Lampiran 5. Formulir Perbaikan Seminar Hasil Penelitian	118
Lampiran 6. Formulir Perbaikan Proposal Penelitian	119
Lampiran 7. Surat Keterangan Lulus Ujian Sarjana.....	120
Lampiran 8. Surat Keterangan Lulus Ujian Seminar Proposal.....	121
Lampiran 9. Formulir Permohonan Pengajuan Judul dan Pembimbing.....	122
Lampiran 10. Lembar Konsultasi.....	123
Lampiran 11. SK Pembimbing.....	126
Lampiran 12. Letter of Acceptance	127
Lampiran 13. Formulir Kelayakan Penjilidan.....	128