

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* EF ADULTS DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Zaviano Yehezkiel Sutijadi

00000033131

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* EF ADULTS DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Zaviano Yehezkiel Sutijadi

00000033131

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Zaviano Yehezkiel Sutijadi

Nomor Induk Mahasiswa **00000033131**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

“Strategi Social Media Marketing EF Adults dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Instagram” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk skripsi telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



Zaviano Yehezkiel Sutijadi

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI *SOCIAL MEDIA* MARKETING EF ADULTS DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM

Oleh
Nama : Zaviano Yehezkiel Sutijadi
NIM : 00000033131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 5 Juli 2025
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Penguji

2025.08.0
2
15:00:05
+07'00'



Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0314128502

Pembimbing



Nike Putri Yurandika M.I.Kom.
NIDN 0325019101

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.08.05
09:03:34 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun. M.Si.,
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaviano Yehezkiel Sutijadi
NIM : 00000033131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Strategi *Social Media Marketing* EF Adults dalam Meningkatkan *Brand Awareness* melalui Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 24 Juni 2025


Zaviano Yehezkiel S

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan skripsi ini dengan judul: “Strategi *Social Media Marketing* EF Adults dalam Meningkatkan *Brand Awareness* melalui Instagram” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Nike Putri Yunandika, M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yaitu Mama, Papa, dan Kakak. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dicky Alfonza selaku teman seperjuangan saya dalam proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir.
7. Wilson Saputra sebagai teman satu angkatan saya yang selalu memotivasi saya agar saya bisa segera lulus skripsi ini.
8. Nandhika Putri dan Fahruriza Harmansyah selaku informan saya pada penelitian ini yang senantiasa memberikan waktunya untuk wawancara.

9. Teman dekat saya yang selalu menemani saya ketika saya sedang mengalami masa sulit dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
10. Zaviano Yehezkiel Sutijadi, selaku diri saya sendiri yang sudah berusaha dengan keras untuk tetap komitmen dalam menuntaskan kuliah saya dan skripsi saya ini dengan sekuat tenaga dan sepenuh hati.



Tangerang, 24 Juni 2025

Zaviano Yehezkiel Sutijadi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

EF ADULTS' SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY IN INCREASING BRAND AWARENESS THROUGH INSTAGRAM

Zaviano Yehezkiel Sutijadi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *social media marketing* yang dijalankan oleh EF Adults melalui platform Instagram dalam upaya membangun *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang difokuskan pada akun Instagram @EFAdults. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan tim pemasaran EF Adults, observasi terhadap konten Instagram, serta studi dokumentasi terhadap materi kampanye digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa EF Adults menerapkan strategi pemasaran berbasis konten edukatif, visual yang konsisten dengan identitas merek, serta interaksi aktif dengan pengikut untuk meningkatkan kesadaran merek. Perencanaan strategi media sosial dilakukan secara terstruktur melalui tahapan analisis audiens, penyusunan kalender konten, dan evaluasi performa. Strategi ini terbukti efektif dalam membentuk persepsi positif terhadap merek dan meningkatkan keterlibatan pengguna secara organik. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman praktik pemasaran digital di sektor pendidikan, khususnya dalam memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi merek.

Kata Kunci: *Brand Awareness, EF Adults, Social Media Marketing*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

EVALUATION OF EF ADULTS' SOCIAL MEDIA MARKETING THROUGH INSTAGRAM ON BRAND AWARENESS

Zaviano Yehezkiel Sutijadi

ABSTRACT

This study aims to analyze the social media marketing strategy implemented by EF Adults through the Instagram platform in building brand awareness. This research employs a qualitative approach using a case study method focused on the official Instagram account @EFAdults. Data were collected through in-depth interviews with the EF Adults marketing team, observation of Instagram content, and documentation analysis of digital campaign materials. The findings reveal that EF Adults adopts a content-based marketing strategy emphasizing educational themes, consistent brand visuals, and active engagement with followers to enhance brand awareness. The social media strategy is planned systematically through audience analysis, content calendar development, and performance evaluation. This approach has proven effective in shaping a positive brand perception and increasing user engagement organically. The study contributes to the understanding of digital marketing practices in the education sector, particularly in leveraging Instagram as a brand communication channel..

Keywords: Brand Awareness, EF Adults, Social Media Marketing



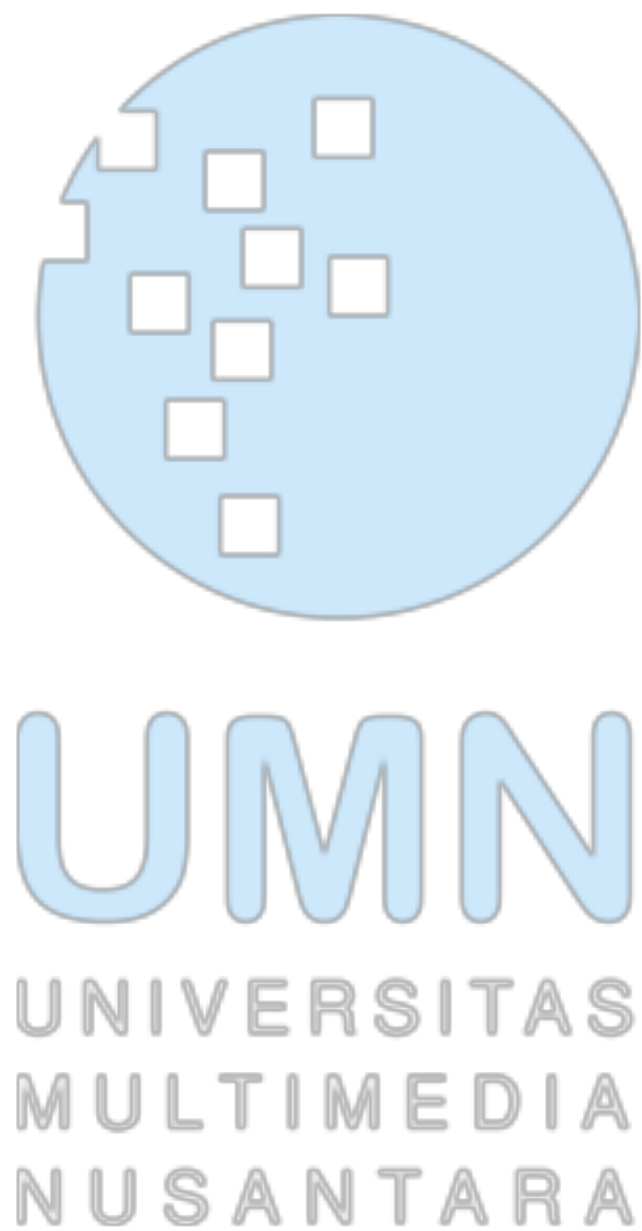
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	6
1.4.2 Kegunaan Praktik	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	7
2.2 Landasan Konsep	13
2.2.1 Media Social	13
2.2.2 Instagram	13
2.3 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	21
3.3 Metode Penelitian	22
3.4 Pemilihan Informan	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5.1 Data Primer	24
3.5.2 Data Sekunder.....	24
3.6 Keabsahan Data	24

3.7 Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Subjek dan Objek Penelitian	27
4.1.1. Subjek Penelitian	27
4.1.2 Objek Penelitian.....	27
4.2 Hasil Penelitian	30
4.2.1 Strategi Pemasaran Melalui Instagram.....	31
4.2.2 Konten Instagram EF Adults	33
4.2.3 Target <i>Audiens</i> dan Penyesuaian Konten	33
4.2.4 Penggunaan Fitur Instagram.....	38
4.2.5 Dampak terhadap <i>Brand Awaranness</i>	50
4.2.6 Evaluasi dan Pengukuran Efektivitas.....	43
4.3 Pembahasan	44
4.3.1 Strategi Pemasaran Melalui Instagram.....	44
4.3.2 Konten Instagram EF Adults	47
4.3.3 Target Audiens dan Penyesuaian Konten	48
4.3.4 Penggunaan Fitur Instagram.....	50
4.3.5 Dampak terhadap <i>Brand Awaranness</i>	60
4.3.6 Evaluasi dan Pengukuran Efektivitas.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
5.2.1 Saran Akademis.....	61
5.2.2 Saran Praktis.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	68
• Lampiran Turnitin	68
• Form Konsultasi Bimbingan.....	70
• Hasil <i>Coding</i>	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1.2 Logo EF Adults	36
Gambar 4.2.2.2 <i>Feeds</i> Instagram EF Adults	43
Gambar 4.2.4.1 Profil Instagram EF Adults	47
Gambar 4.2.4.2 <i>Feeds</i> Instagram EF Adults	48
Gambar 4.2.4.3 <i>Reels</i> Instagram EF Adults	49
Gambar 4.2.4.4 Instagram <i>Stories</i> EF Adults	50

