



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL CV
TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
*@TEMENSAMPEKAYA***

LAPORAN SKRIPSI

Disusun oleh:

Rahmad Raika Haikal

44520010063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL CV
TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
*@TEMENSAMPEKAYA***

LAPORAN SKRIPSI

Disusun oleh:

Rahmad Raika Haikal

44520010063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmad Raika Haikal
NIM : 44520010063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITALCV TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TEMENSAMPEKAYA

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya dapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 15 Juni 2015


A 10,000 Rupiah revenue stamp (Meterai Tempel) is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10.000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '72E20ANX244496399'.

Rahmad Raika Haikal

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi diajukan oleh:

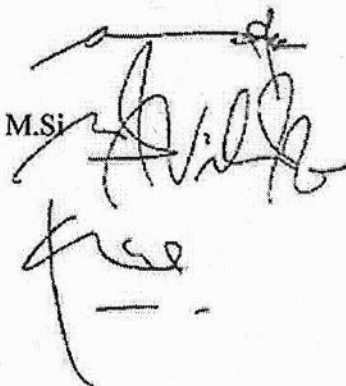
Nama : Rahmad Raika Haikal
NIM : 44520010063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL CV
TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@TEMENSAMPEKAYA

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan

Oleh:

Pembimbing I : Andri Budiwidodo, S.Si, M. Ikom
NIDN : 0313037302
Ketua Penguji : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si
NIDN : 0319027201
Penguji Asli : Afgiansyah, S.Sos, M.Com
NIDN : 0315018004

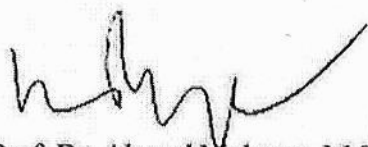


Jakarta, 14 Juli 2025

Mengetahui,

Dosen Fakultas Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Rahmad Raika Haikal

NIM : 44520010063

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Digital

Dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital CV Temen Sampe Kaya Melalui Konten Komunikasi Kreatif di Media Sosial Instagram @Temensampekaya”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 3 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 23 %

Jakarta, 4 Februari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmad Raika Haikal
NIM : 44520010063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITALCV TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TEMENSAMPEKAYA

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 Juni 2025



80611 ANX244496398
METERAI
TEMPEL

Rahmad Raika Haikal

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital CV Temen Sampe Kaya Melalui Konten Komunikasi Kreatif di Media Sosial Instagram @temensampekaya" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan secara konsisten dalam penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Farid Hamid U., S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Prof. Dr. Ahmad Maulana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana atas ilmu dan bantuannya selama masa studi.
4. Keluarga tercinta atas doa, cinta, dan dukungannya yang tiada henti.
5. Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Tim CV Temen Sampe Kaya (@temensampekaya), terutama Ibu Hairuna dan Ibu Tina, yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi

penting untuk penelitian ini.

7. Seseorang yang sangat berarti dalam hidup penulis yang telah hadir tidak hanya sebagai pendengar setia di saat penulis merasa lelah, tetapi juga sebagai penyemangat utama di balik layar selama proses ini berlangsung. Terima kasih untuk kesabaran, doa, dan pengertianmu dalam menghadapi hari-hari sulit penulis. Dukunganmu adalah salah satu alasan mengapa skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga segala kebaikanmu dibalas dengan kebahagiaan yang tak terhingga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya, khususnya dalam pengembangan ilmu komunikasi Digital dan strategi pemasaran kreatif.

Jakarta, 15 Juni 2025

Penulis

Rahmad Raika Haikal

ABSTRAK

Nama : Rahmad Raika Haikal
NIM : 44520010063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITALCV TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TEMENSAMPEKAYA
Pembimbing : Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran DigitalCV Temen Sampe Kaya melalui konten komunikasi kreatif di media sosial Instagram @temensampekaya. Variabel yang diteliti meliputi strategi komunikasi, konten kreatif, keterlibatan audiens, serta *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian terdiri dari key informan internal serta informan eksternal. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV Temen Sampe Kaya memanfaatkan strategi komunikasi berbasis visual *storytelling*, humor, dan partisipasi aktif dalam *event* offline untuk memperkuat keterlibatan dengan audiens muda. Pemanfaatan fitur Instagram seperti Reels, Feed, dan *Stories* secara konsisten mampu membangun kedekatan emosional antara *brand* dan konsumen. Konten yang kreatif, autentik, dan relevan terbukti meningkatkan *engagement* dan memperluas jangkauan merek. Kesimpulannya, keberhasilan strategi komunikasi Digital CV Temen Sampe Kaya terletak pada konsistensi, pemahaman mendalam terhadap audiens, serta kreativitas dalam penyampaian pesan yang selaras dengan karakter *brand*.

Kata Kunci : komunikasi digital, strategi pemasaran, konten kreatif, instagram.

ABSTRACT

Name : Rahmad Raika Haikal
NIM : 44520010063
Study Program : Comunnication
Tittle Internship Reports : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL CV TEMEN SAMPE KAYA MELALUI KONTEN KOMUNIKASI
KREATIF DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @TEMENSAMPEKAYA
Counsellor : Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom

This study aims to analyze the Digital marketing communication strategy of CV Temen Sampe Kaya through creative communication content on the Instagram platform @temensampekaya. The variables examined include communication strategy, creative content, audience engagement, and brand awareness. This research uses a qualitative approach with a descriptive method, and data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The research subjects consist of internal key informants (the business owner and content manager) and external informants. Purposive sampling was applied in selecting the informants. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which involves data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that CV Temen Sampe Kaya utilizes visual storytelling, humor, and active participation in offline event s to strengthen engagement with a young audience. The consistent use of Instagram features such as Reels, Feed, and Stories has helped foster emotional connections between the brand and its consumers. Creative, authentic, and relevant content has proven effective in increasing engagement and enhancing brand visibility. In conclusion, the success of CV Temen Sampe Kaya's Digitalcommunication strategy lies in its consistency, deep audience understanding, and creativity in delivering messages aligned with the brand's identity.

Keywords : *digital communication, marketing strategy, creative content, instagram.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SILIMINARY CHECK.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1 Kajian Teoretis	16
2.1.1 Komunikasi	16

2.2.2. Komunikasi Digital	18
2.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital.....	19
2.2.4 <i>Computer-Mediated Communication (CMC)</i>	21
2.2.5 Konten Kreatif.....	22
2.2.6 New Media.....	23
2.2.7 Media Sosial.....	24
2.2.8 Instagram.....	24
2.2.9 SOSTAC	25
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Subjek Penelitian.....	27
3.3.1 Key Informant	28
3.3.2 Informant.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	32
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	34
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai @temen sampe kaya.....	35
4.1.3 Produk Temen Sampe Kaya.....	36
4.2 Hasil Penelitian.....	38

4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital	39
4.2.2 Situation (Situasi).....	40
4.2.3 Objectives.....	44
4.2.4 Strategy	44
4.2.5 Tactics	46
4.2.6 Actions	48
4.2.7 Controlling	49
4.3 Pembahasan	55
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Akademis	64
5.2.2 Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN 1 HASIL WAWANCARA.....	68
LAMPIRAN 2 CV.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1 Hasil Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Jumlah Pengguna Instagram Di Seluruh Dunia	2
Gambar 1. 2. Instagram @temensampekaya	3
Gambar 1. 3. Instagram Profile @teppanyaki_house	5
Gambar 1. 4. Instagram Reels @temensampekaya	5
Gambar 4.1. Logo Temen Sampe Kaya.....	34
Gambar 4.2. Dimsum @temensampekaya	36
Gambar 4.3. Sosis Bakso Fishcake @temensmapekaya.....	37
Gambar 4.4 Chicken Steak @temensampekaya	38
Gambar 4.5. Strategy @temensampekaya5	59
Gambar 4.6. Tactics @temensampekaya	61
Gambar 4.7 Actions @temensampekaya.....	62