



**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA
INSTAGRAM EMERALD LAND DEVELOPMENT**

(PERIODE JULI 2023 – JULI 2024)

SKRIPSI

AQIL FIRMANSYAH

44322120016

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Aqil Firmansyah
NIM	: 44322120016
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Aktivitas Komunikasi Pemasaran Properti Pada Instagram Emerald Land Development

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 terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 27 Juni 2025


Aqil Firmansyah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama	: Aqil Firmansyah
NIM	: 44322120016
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi	: Aktivitas Komunikasi Pemasaran Properti Pada Instagram Emerald Land Development

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	: Dudi Hartono, M. Ikom
NIDN	: 0320037307
Ketua Penguji	: Dr. Leila Mona Ganiem, M. Si
NIDN	: 0323087003
Penguji Ahli	: Dr. Achmad Jamil, M. Si
NIDN	: 307106701



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Aqil Firmansyah
NIM : 44322120016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Properti
Pada Instagram Emerald Land Development

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aqil Firmansyah

ABSTRAK

Nama : Aqil Firmansyah
NIM : 44322120016
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Properti Pada Instagram Emerald Land Development (Periode Juli 2023 – Juli 2024)
Pembimbing : Dudi Hartono, M.Ikom

Rendahnya kepemilikan rumah jadi masalah utama di Indonesia. Di Jakarta, hanya 56,13% warganya yang punya rumah sendiri pada tahun 2022. Angka ini adalah yang paling rendah dibanding provinsi lain. Hal ini menunjukkan banyak masyarakat yang belum mampu membeli rumah karena harga yang tinggi atau kurangnya informasi. Melihat permasalahan tersebut, komunikasi pemasaran melalui media sosial seperti Instagram menjadi sangat krusial. Lokasi proyek yang strategis, khususnya yang berdekatan dengan wilayah Kota Jakarta, cenderung memiliki daya tarik lebih tinggi. Semakin dekat proyek dengan pusat kota, maka potensi ketertarikan calon konsumen pada Instagram juga semakin meningkat.

Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi pemasaran properti pada Instagram @emerald.cilebut.epic, salah satu proyek Emerald Land Development. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Instagram @emerald.cilebut.epic memiliki engagement pengguna yang tinggi di Kota Jakarta disebabkan dengan mudahnya akses untuk ke Jakarta dan memiliki keunggulan seperti fasilitas dalam cluster hingga fasilitas umum yang tersedia, dan @emerald.cilebut.epic selalu memberikan promo yang menarik pada setiap bulannya.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Instagram, Properti

ABSTRACT

Name : Aqil Firmansyah

NIM : 44322120016

Faculty : Communication Science

Study Program : Advertising & Marketing Communication

Title Research Paper : Property Marketing Communication Activities on Instagram Emerald Land Development (Period July 2023 - July 2024)

Counsellor : Dudi Hartono, M.Ikom

Low home ownership is a major problem in Indonesia. In Jakarta, only 56.13% of residents will own their own home by 2022. This figure is the lowest compared to other provinces. This shows that many people cannot afford to buy a house due to high prices or lack of information. Seeing these problems, marketing communication through social media such as Instagram becomes very crucial. Strategic project locations, especially those adjacent to the Jakarta City area, tend to have higher appeal. The closer the project is to the city center, the potential interest of potential customers on Instagram also increases.

This study aims to analyze property marketing communication on Instagram @emerald.cilebut.epic, one of Emerald Land Development's projects. The research used a qualitative descriptive approach. Data were collected through interviews and observations.

The results of this study indicate that Instagram @emerald.cilebut.epic has high user engagement in the city of Jakarta due to easy access to Jakarta and has advantages such as facilities in the cluster to public facilities available, and @emerald.cilebut.epic always provides attractive promos every month.

Keywords: Marketing Communication, Social Media, Instagram, Property

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya, terutama nikmat sehat dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Properti Pada Instagram Emerald Land Development”. Penulisan laporan penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 Ilmu Komunikasi bidang studi *Marketing Communication & Advertising*.

Dalam menyusun Tugas Akhir ini, penulis bersyukur atas bantuan, dorongan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dudi Hartono, M. Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan penulisan ini
2. Bapak Ahmad Mulyana, Dr, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Dr. Leila Mona Ganiem, M.si dan Bapak Dr. Achmad Jamil, M.si selaku ketua sidang dan ketua penguji tugas akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.
6. Ibu Suryaning Hayati, S.E, M.M, M.Ikom selaku Dosen Riset Komunikasi
7. Bapak Muammar Khadafi Selaku Head of Promotion, Enry Rahmadi selaku Content Creator, dan Mutia Nur Utami selaku Social Media Specialist yang membantu dan memberikan informasi terkait penelitian ini.

8. Ayahanda Wahyu dan Ibunda Almisnar selaku orang tua peneliti yang memberi dukungan dan doa kepada penulis untuk melakukan penelitian tugas akhir ini
9. Tengku Adinda Zhafirah Fitri selaku orang terdekat yang telah memberikan doa, dukungan dan menemani dari awal masa-masa perkuliahan hingga akhirnya ada di tahap ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Laporan Skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 25 Juni 2025

Aqil Firmansyah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Iklan	18
2.2.3 Media Baru	19
2.2.4 Instagram	20
2.2.5 Content Marketing	24
2.2.6 Desain Content	27
2.2.7 Copywriting	29
2.2.8 Desain Grafis	29

2.2.9	Fotografi.....	30
2.2.10	Videografi.....	31
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Paradigma Penelitian.....	32
3.2	Metode Penelitian.....	32
3.3	Subjek Penelitian.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1	Data Primer	35
3.4.2	Data Sekunder	36
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39
BAB IV		41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
4.1.1	Profil Perusahaan.....	41
4.1.2	Visi dan Misi	42
4.1.3	Logo.....	43
4.1.4	Struktur Organisasi	43
4.1.5	Divisi yang di Teliti.....	44
4.1.6	Subjek yang di Teliti	44
4.2	Hasil Penelitian.....	44
4.2.1	Komunikasi Pemasaran.....	47
4.2.2	Content Marketing.....	49
4.2.3	Media Baru	54
4.2.2.1	Instagram.....	55
4.3	Pembahasan	57
4.3.1	Aktivitas Content Marketing Properti Pada Instagram Emerald Land Development	58
BAB V.....		66
PENUTUP.....		66

5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Akademis.....	66
5.2.2	Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA.....		68
LAMPIRAN.....		72



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Data Informan	34
Table 4. 1 Hasil Overview 6 Content Tertinggi Dan Terendah Di Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Instagram	2
Gambar 1. 2 Data Provinsi Dengan Kepemilikan Rumah Terendah Nasional (2022)	3
Gambar 1. 3 Data Account Reached Instagram Project Emerald Cilebut	4
Gambar 1. 4 Instagram Project Emerald Terrace.....	5
Gambar 1. 5 Instagram Project Emerald Cilebut.....	6
Gambar 1. 6 Instagram Project Emerald City.....	7
Gambar 1. 7 Instagram Project Emerald Residence	8
Gambar 2. 1 Reels Instagram Emerald Cilebut	28
Gambar 4. 1 Logo Emerald Land Development.....	43
Gambar 4. 2 Logo Emerald Cilebut.....	43
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Emerald Land Development.....	43
Gambar 4. 4 Data Jumlah Posting Content Instagram@Emerald.Cilebut.Epic 2023 - 2024	45
Gambar 4. 5 Content Plan Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	51
Gambar 4. 6 Produksi Content Desain Grafis Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	52
Gambar 4. 7 Proses Editing Content Video Reels Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	53
Gambar 4. 8 Graphic Design Feed Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	60
Gambar 4. 9 Video Reels Instagram @Emerald.Cilebut.Epic.....	61
Gambar 4. 10 Design Reels Dan Feed Komunikasi Pemasaran Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	62
Gambar 4. 11 Graphic Design Feed Instagram @Emerald.Cilebut.Epic	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara.....	72
Lampiran 2: Hasil Transkrip Pedoman Wawancara	77
Lampiran 3: Hasil Dokumentasi	88
Lampiran 4: Curriculum Vitae	90

