



**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING COMMUNICATIONS
PT. AGUSTA DRYER MELALUI AKUN FACEBOOK AGUSTA DRYER
PERIODE JANUARI – MEI 2025**

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Muhammad Daffa Nur'adli
44320010002

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

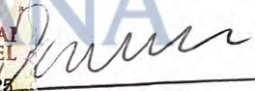
Nama : Muhammad Daffa Nur'adli
NIM : 44320010002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Digital Marketing Communications PT.
Agusta Dryer Melalui Akun Facebook Agusta Dryer Periode Januari – Mei 2025

Menyatakan bahwa Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi 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 Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Jakarta, 1 Agustus, 2025


Muhammad Daffa Nur'adli

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Daffa Nur'adli
Nim : 44320010002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Digital Marketing Communications PT. Agusta Dryer Melalui Akun Facebook Agusta Dryer Periode Januari – Mei 2025

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 1 : Dudi Hartono, M.Ikom

NIDN : 0320037307

()

Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M. Soc. Sc, Ph.D

NIDN : 0324128202

()

Penguji Ahli : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA

NIDN : 0303069401

()

Jakarta, 1 Agustus, 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Aktivitas Digital Marketing Communications PT. Agusta Dryer Melalui Akun Facebook Agusta Dryer Periode Januari – Mei 2025”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi strata-1 pada Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, peneliti ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. **Dudi Hartono, M.Ikom**, selaku Dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga dari awal hingga selesainya penelitian ini.
2. **Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA**, selaku Dosen penguji Ahli yang telah berpartisipasi dalam menguji dan memberikan masukan guna penyempurnaan skripsi ini.
3. **Melly Ridaryanthi, M. Soc. Sc, Ph.D**, selaku Ketua Sidang yang telah meluangkan waktunya untuk hadir dalam sidang akhir serta memberikan saran dan masukan yang sangat berarti bagi penelitian ini.
4. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. **Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D.**, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Dosen Pengampu Mata Kuliah Seminar Proposal Tugas Akhir, yang telah memberikan arahan serta bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. **Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian ini.

7. **Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A.**, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mendukung peneliti sejak awal hingga akhir masa perkuliahan.
8. **Seluruh Dosen Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana**, yang telah berbagi ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. **Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana**, yang telah membantu dalam proses administrasi selama masa studi berlangsung.
10. **Kedua orang tua tercinta, Ibu Ai Nur'haeni dan Bapak Puji Setyono**, serta seluruh keluarga atas doa, kasih sayang, dan dukungan moral yang tiada henti kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Daffa Nur'adli

Nim : 44320010002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Digital Marketing Communications PT. Agusta Dryer Melalui Akun Facebook Agusta Dryer Periode Januari – Mei 2025

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 diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/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, 1 Agustus, 2025

Yang menyatakan.

(Muhammad Daffa Nur'adli)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Daffa Nur'adli
NIM : 44320010002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Aktivitas Digital Marketing Communications PT. Agusta Dryer Melalui Akun Facebook Agusta Dryer Periode Januari – Mei 2025
Pembimbing : Dudi Hartono, M.Ikom

Terbentuknya Perusahaan laundry PT. Agusta Dryer di tengah masyarakat merupakan sebuah solusi bagi yang menginginkan jasa mencuci dalam skala besar, khususnya bagi penghuni kos dan pekerja. PT. Agusta Dryer, diharapkan mampu memudahkan konsumen untuk mencuci pakaian dengan tarif kiloan dengan harga yang relatif terjangkau.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran yang telah berlangsung dengan adanya akun Facebook Agusta Dryer sebagai salah satu bentuk komunikasi menjadi cara paling mudah dan efektif untuk membuat pelanggan tertarik yang dilakukan oleh PT. Agusta Dryer. Penelitian ini merupakan metode kualitatif deskriptif dengan observasi dan wawancara dimana peneliti mengobservasi akun media sosial Facebook Agusta Dryer guna melihat aktivitas yang terjadi di perusahaan PT. Agusta Dryer.

Hasil penelitian ini merupakan Deskriptif Kualitatif terhadap akun Facebook resmi PT. Agusta Dryer selama periode Januari hingga Mei 2025. Seluruh data yang dianalisis diperoleh dari unggahan konten dalam bentuk caption, gambar, reels, dan interaksi publik berupa like, komentar, dan share.

Penelitian ini menunjukkan PT. Agusta Dryer menerapkan perencanaan digital marketing yang bersifat strategis dan berbasis kebutuhan pasar serta momen sosial yang terjadi. Perencanaan ini menjadi fondasi utama dalam keberhasilan komunikasi digital perusahaan melalui media sosial Facebook.

Kata Kunci: Aktivitas Digital Marketing Communications, Akun Facebook Agusta Dryer.

ABSTRACT

Name : Muhammad Daffa Nur'adli
NIM : 44320010002
Major : Communication Science
Title : PT. Agusta Dryer's Digital Marketing Communication Activities
Through the Agusta Dryer Facebook Account for the Period January – May 2025
Supervisor : Dudi Hartono, M.Ikom

The establishment of PT. Agusta Dryer, a laundry company within the community, provides a solution for those seeking large-scale laundry services, particularly for boarding house residents and workers. PT. Agusta Dryer is expected to make it easier for consumers to wash clothes by the kilo at a relatively affordable price.

The study aims to determine how marketing communication activities that have been carried out by PT. Agusta Dryer, using the Agusta Dryer Facebook account as a form of communication, have become the easiest and most effective way to attract customers. This study uses a descriptive qualitative method with observations and interviews where researchers observed Agusta Dryer's Facebook social media account to see the activities that occur at PT. Agusta Dryer.

The results of this study are Qualitative Descriptive of the official Facebook account of PT. Agusta Dryer during the period of January to May 2025. All data analyzed were obtained from uploaded content in the form of captions, images, reels, and public interactions in the form of likes, comments, and shares.

This research shows that PT. Agusta Dryer implements strategic digital marketing planning based on market needs and current social events. This planning is the main foundation for the company's successful digital communications through Facebook.

Keywords: Digital Marketing Communication Activities, Agusta Dryer Facebook Account.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital.....	15
2.2.2 Jenis-Jenis Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3 Elemen Desain Visual Konten.....	25
2.2.4 Laundry.....	30
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	32
3.1. Paradigma Penelitian.....	32
3.2. Metode Penelitian.....	33
3.3. Objek Penelitian.....	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5. Teknik Analisis Data.....	38
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41

4.1.1 Profil Perusahaan PT. Agusta Dryer.....	43
4.1.2 Visi dan Nilai inti Perusahaan.....	44
4.1.3 Misi.....	44
4.1.4 Logo dan Makna.....	44
4.1.5 Struktur Organisasi.....	45
4.1.6 Aktivitas Marcomm.....	46
4.2. Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Tahap Pra Produksi.....	49
4.2.2 Tahap Produksi.....	52
4.2.3 Tahap Pasca Produksi dan Distribusi.....	56
4.2.4 Tabel Hasil Observasi Data Konten Agusta Dryer Periode Januari – Mei 2025.....	63
4.3. Pembahasan.....	80
4.3.1 Aktivitas Pra-Produksi.....	80
4.3.2 Aktivitas Produksi.....	85
4.3.3 Aktivitas Publikasi.....	86
4.3.4 Aktivitas Interaksi.....	88
4.3.5 Aktivitas Evaluasi.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Profile Facebook Agusta Dryer.....	2
Gambar 1.1. We Are Social Data 2024.....	3
Gambar 1.1. Zest Laundry Kebayoran Lama, Jakarta Barat.....	4
Gambar 1.1. Rizky Laundry Jalan. Persatuan, Jakarta Barat.....	5
Gambar 1.1. Bubbleklin Laundry Kebon Jeruk, Jakarta Barat.....	6
Gambar 2.2.1 Activity Digital Marketing Image.....	16
Gambar 2.2.2 Promotion Image.....	17
Gambar 2.2.2 Iklan Image.....	19
Gambar 2.2.2 Social Media Poster.....	22
Gambar 2.2.2 Facebook Image.....	23
Gambar 2.2.3 Fotografi Image.....	25
Gambar 2.2.3 Videografi Image.....	26
Gambar 2.2.3 Psychology Color Image.....	27
Gambar 2.2.3 Copywriting Image.....	28
Gambar 2.2.3 Tipografi Image.....	29
Gambar 2.2.4 Mesin Laundry Image.....	30
Gambar 3.1. Research Image.....	32
Gambar 3.2. Qualitative Research.....	34
Gambar 3.4. Dokumentasi wawancara Admin PT. Agusta Dryer.....	36
Gambar 3.4. Unggahan konten Facebook PT. Agusta Dryer	37
Gambar 4.1.1 Profile Facebook PT. Agusta Dryer.....	41
Gambar 4.1.1 PT. Agusta Dryer.....	42
Gambar 4.1.4 Logo PT. Agusta Dryer.....	44
Gambar 4.1.5 Struktur Organisasi PT. Agusta Dryer.....	45
Gambar 4.2. Alur Produksi.....	48
Gambar 4.2.2 Visual Content Marketing.....	52
Gambar 4.2.2 Elemen Branding.....	53
Gambar 4.2.2 Canva Logo.....	54
Gambar 4.2.2 Adobe Logo.....	55
Gambar 4.2.2 Lighroom Logo.....	55

Gambar 4.2.3 Meta Bussines Suit Logo.....	56
Gambar 4.2.3 Content Creator Team PT. Agusta Dryer.....	57
Gambar 4.2.3 Design Team PT. Agusta Dryer.....	58
Gambar 4.2.3 Admin PT. Agusta Dryer.....	59
Gambar 4.2.3 Laporan Performa Konten PT. Agusta Dryer.....	62
Gambar 4.3.1 Unggahan Tanggal 1 Januari 2025.....	80
Gambar 4.3.1 Unggahan Tanggal 10 Januari 2025.....	81
Gambar 4.3.1 Unggahan Tanggal 18 Januari 2025.....	82
Gambar 4.3.1 Unggahan Tanggal 2 Februari 2025.....	83
Gambar 4.3.1 Unggahan Tanggal 25 Februari 2025.....	84
Gambar 4.3.1 Unggahan Tanggal 31 Januari 2025.....	85
Gambar 4.3.2 Unggahan Tanggal 16 Februari 2025.....	86
Gambar 4.3.2 Unggahan Tanggal 23 Jnauari 2025.....	89
Gambar 4.3.4 Unggahan Tanggal 1 Maret 2025.....	89
Gambar 4.3.4 Unggahan Tanggal 25 Maret 2025.....	89
Gambar 4.3.4 Unggahan Tanggal 28 Maret 2025.....	93
Gambar 4.3.5 Unggahan Tanggal 11 Januari 2025.....	93
Gambar 4.3.5 Unggahan Tnaggal 6 Februari 2025.....	93
Gambar 4.3.5 Unggahan Tanggal 26 Februari 2025.....	93
Gambar 4.3.5 Unggahan Tanggal 9 Januari 2025.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2.1. GAP Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1.1. Profil Perusahaan.....	43
Tabel 4.1.1. Data Pemilik.....	43
Table 4.2.4 Tabel Hasil Observasi Data Konten Augusta Dryer Periode Januari – Mei 2025.....	63

