

**Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Agency  
Digital Krew Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Klien  
Dengan Akun @greetnightwear**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**Oleh:**

**APRILIA CINDY NATASJA**

**1171003109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Aprilia Cindy Natasja

NIM : 1171003109

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Agustus 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Aprilia Cindy Natasja

NIM : 1171003109


Program Studi : Ilmu Komunikasi

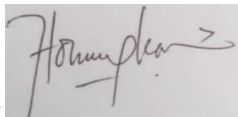
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial


Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Agency Digital Krew Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Klien Dengan Akun @greetnightwear

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing: Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr (  )

Penguji 1: Hanny Nurahmawati, M.Ikom (  )

Penguji 2: Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si (  31 Aug)2021

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2021

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprilia Cindy Natasja  
NIM : 1171003109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Fee Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AGENCY  
DIGITAL KREW DALAM UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN KLIEN  
DENGAN AKUN @GREETNIGHTWEAR

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 31 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Aprilia Cindy Natasja

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang selalu memberikan berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Agency Digital Krew Dalam Upaya Membangun Kepercayaan Klien Dengan Akun @greetnightwear”. Penyusunan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komuniiasi di Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan proses ini yang dilalui tidak mudah dan tidak akan berjalan lancar jika tanpa bimbingan, bantuan, hingga motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur penulis senantiasa ucapkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu.

### **2. Mama, Alm Papa, Kakak, Ka Nola, Akyla dan Maisha**

Terima Kasih untuk bimbingan, didikan, kasih sayang, Do'a, dukungan lahir, batin kepada penulis agar tetap semangat dan hiburan yang selalu diberikan dari keponakan. Juga pengertian dan perhatian selama menyelesaikan laporan ini. I love you both so much!

### **3. Ibu Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr**

Terima kasih kepada Bu Prima selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih sudah banyak membantu juga membimbing penulis agar menyelesaikan laporan dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih sudah mempermudah penulis karena bantuan dan saran yang sangat berguna untuk penulis.

**4. Miss Hanny Nurahmawati, M.Ikom**

Terima kasih kepada Miss Hanny sebagai pembahas saat seminar proposal berlangsung. Terima kasih atas saran dan masukannya yang sangat bermanfaat bagi penulis.

**5. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si**

Terima kasih kepada Miss Dian sebagai penguji pada saat sidang akhir yang sudah membantu memberi saran dan juga masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

**6. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M**

Terima kasih kepada Ibu Yanti selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan sudah penulis anggap seperti keluarga bahkan seperti ibu sendiri, yang selalu memberikan semangat, juga memotivasi selama perkuliahan ini.

**7. Keluarga Agency Digital Krew**

Terima kasih untuk Ka Fadhlana selaku CEO, Ka Cheryl dan Ka Hardy yang membantu penulis dalam melakukan penelitian ini dan juga selalu membimbing penulis agar selalu berkembang.

**8. Sahabat – Sahabat Terdekat Penulis**

Terima kasih pada Vario, Dipa, Tania, Tisa, Leny, Kenyo, Tari, Bilqis, Ayu, Dunga, Nissa, Eki, Gilang dan Cepoy yang sudah menjadi pendengar dan teman baik. Selalu memberikan bantuan dan semangat dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

**9. Teman – Teman Ilmu Komunikasi 2017**

Terima kasih kepada seluruh teman – teman Ilmu Komunikasi 2017 karena selama ini sudah mengisi warna perkuliahan saya. Terima kasih selalu membantu, menghibur, dan menyemangati penulis.

**10. Dosen Ilmu Komunikasi**

Terima kasih kepada para dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas ilmunya selama masa perkuliahan.

**11. Karyawan dan Staff Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada karyawan dan staff yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya dalam hal mengurus administrasi dan lain hal sebagainya.

Jakarta, 12 Agustus 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'A C N' with a stylized flourish at the end.

Aprilia Cindy Natasja

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AGENCY  
DIGITAL KREW DALAM UPAYA MEMBANGUN KEPERCAYAAN  
KLIEN DENGAN AKUN @GREETNIGHTWEAR**

**APRILIA CINDY NATASJA**

---

**ABSTRAK**

Seiring berjalannya waktu, sosial media sangat diperhitungkan untuk mengiklankan suatu bisnis atau produk baru yang ingin diperkenalkan lebih luas ke masyarakat. Hal tersebut membuat sosial media menjadi memiliki peran penting dalam strategi komunikasi pemasaran digital bagi bisnis kecil maupun besar. Pada penelitian ini menggunakan metode Kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, memahami dan mengetahui bagaimanakah sebuah *agency marketing* seperti Digital Krew dalam membangun kepercayaan klien Greet Night Wear. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital yang digunakan oleh Agency Digital Krew yaitu menggunakan *content marketing* dengan memanfaatkan *platform* media sosial Instagram agar mampu merancang dan membuat strategi yang relevan juga sesuai dengan bisnis yang ingin ditawarkan. Strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Agency Digital Krew pada klien @greetnightwear juga dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh agency ini antara lain memiliki sumber daya manusia yang memang memiliki ahli di bidang marketing antara lain seperti *Ads Specialist*, *Development copy writer*, *Account Executive* dan juga *social media management* yang memang sudah sangat paham cara penggunaan *tools* yang ada media sosial Instagram untuk menaikkan *engagement* konten klien.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran Digital, *Content Marketing*, Instagram, *Trust*



**STRATEGY ANALYSIS OF MARKETING COMMUNICATIONS AT A  
DIGITAL CREW AGENCY IN EFFORTS TO BUILD CLIENT TRUST WITH  
@GREETNIGHTWEAR ACCOUNT**

**APRILIA CINDY NATASJA**

---

**ABSTRACT**

*Over time, social media is very calculated to advertise a new business or product that you want to introduce more widely to the public. This makes social media an important role in marketing strategies for small and large businesses. In this study using a qualitative method. This study aims to analyze, understand and find out how a marketing agency such as Digital Krew builds customer trust in Greet Night Wear. The results of this study indicate that the digital marketing communication strategy used by Agency Digital Krew is to use content marketing by utilizing the Instagram social media platform in order to be able to design and create strategies that are relevant also in accordance with the business that you want to offer. The digital marketing communication strategy carried out by the Digital Krew Agency for @greetnightwear clients is also by maximizing the potential of this agency, including having human resources who do have experts in the field of marketing, such as Ads Specialists, Development copy writers, Account Executives and also social media management who really understands how to use the tools available on Instagram social media to increase client content engagement.*

**Keywords:** *Digital Marketing Communication Strategy, Content Marketing, Instagram, Trust*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
BAB I.....	12
PENDAHULUAN.....	12
1.1 Latar Belakang.....	12
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian.....	21
1.4 Manfaat Penelitian.....	21
1.4.1 Manfaat Praktis.....	21
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	22
BAB II.....	23
KERANGKA PEMIKIRAN.....	23
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	23
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	33
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	33
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital.....	35
2.2.3 Content Marketing.....	37
2.2.4 Instagram.....	38
2.2.5 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	40
2.3 Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III.....	45
METODELOGI PENELITIAN.....	45

3.1 Desain dan Pendekatan .....	45
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	46
3.3 Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4 Analisis Data .....	49
3.5 Triangulasi Data.....	50
3.6 Operasional Konsep/Isu .....	51
<b>BAB IV.....</b>	<b>53</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Profil Agency Digital Krew .....	54
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	56
4.1.3 Profil Informan.....	57
4.2 Penyajian Data.....	62
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Content Marketing Pada Agency Digital Krew.....	63
4.2.2 Upaya Membangun Kepercayaan klien dengan akun @GreetNightWear .....	76
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	88
4.3.1 Analisis Berdasarkan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Content Marketing.....	88
4.3.2 Upaya Membangun Kepercayaan Klien @GreetNightWear.....	95
<b>BAB V .....</b>	<b>98</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Kendala dan Keterbatasan .....	99
5.3 Saran dan Implikasi.....	99
5.3.1 Saran Akademis.....	99
5.3.2 Saran Praktis .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>104</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet dari pelaku UMKM .....3

Gambar 1.2 Halaman Instagram Digital Krew .....6

Gambar 1.3 Akun Instagram Klien Banthai Suki... .....7

Gambar 1.4 Akun Instagram Klien Greet Night Wear .....8

Gambar 4.1 Logo Agency Digital Krew.....42

Gambar 4.2 Informan Cheryl Miyanda, AE Digital Krew .....45

Gambar4.3 Informan Hardy Benjamin, Ad’s Specialits Digital Krew  
..... 46

Gambar 4.4 Informan Nur Azizah, Social Media Management  
Digital Krew  
..... 47

Gambar 4.5 Informan Andre Aryatnie, Klien .....47

Gambar 4.6 Adrian Arditiar, Praktisi dan Dosen.....48

Gambar 4.7 Profil Instagram Klien Greet Night Wear .....52

Gambar 4.8 Konten Giveaway Instagram @greetnightwear ..... 54

Gambar 4.9 Konten Reels Instagram @greetnightwear .....55

Gambar 4.10 Report Instagram @greetnightwear..... 58

Gambar 4.11 Hightlight Instagram @greetnightwear..... 63

Gambar 4.12 Testimoni dari Influencer..... 61

Gambar 4.13 Instagram Klien @greetnightwear..... 66

Gambar 4.14 Report Bulan Juli Instagram @greetnightwear .....67

Gambar 4.15 Detail Content Instagram @greetnightwear..... 68

Gambar 4.16 Hashtag Konten Instagram..... 70

Gambar 4.17 Hasil Penggunaan Hashtag..... 71

Gambar 4.18 Hasil Report Interaction Instagram  
@greetnightwear..... 72

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	16
Tabel 3.1 Definisi Konseptual.....	40

**DAFTAR BAGAN**

Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran .....32