

**ANALISIS KONTEN *BRANDING* GRAMEDIA.COM DI
MEDIA INSTAGRAM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
BUKU DIGITAL**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun oleh :
Monica Andriyani
210900007**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2025

***CONTENT ANALYSIS OF GRAMEDIA.COM BRANDING ON
INSTAGRAM IN FACING DIGITAL BOOK COMPETITION***

THESIS

***Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's Degree
in Communication Science***



Compiled by :

Monica Andriyani

210900007

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

JAKARTA

2025

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasa, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas di cantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan di daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik, berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 25 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



(Monica Andriyani)

210900007

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Monica Andriyani

NIM : 210900007

JUDUL : Analisis Konten *Branding* Gramedia.Com Di Media

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Public Relations

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

(Helen Olivia, M.I.kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.kom)

(Fahlesa Munabari., M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Monica Andriyani
NIM : 210900007
JUDUL : Analisis Konten *Branding* Gramedia.Com Di Media
Instagram Dalam Menghadapi Persaingan Buku Digital

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Public Relations

Jakarta, 25 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

Helen Olivia, M.I.Kom

Anggota Penguji I

Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom

Anggota Penguji II

Fitri sarasati, M.Sc

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM



(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.kom)

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Monica Andriyani

NIM : 210900007

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Analisis Konten *Branding* Gramedia.Com Di Media Instagram Dalam Menghadapi
Persaingan Buku Digital

Jumlah halaman : XII + 132 halaman + Lampiran

Bibliografi : 18 Buku (2015-2025); 25 Jurnal; 10 Website

ABSTRAK

Instagram menjadi media strategis bagi Gramedia untuk melakukan branding melalui konten visual dan naratif yang menarik dan relevan dalam menghadapi transformasi digital dan dari platform buku digital, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Gramedia memanfaatkan strategi konten branding di Instagram guna mempertahankan eksistensinya di industri literasi.

Landasan teori yang digunakan pada penelitian adalah Teori Pemrosesan Sosial (*Theori Social Informations Processing*). Dan menggunakan landasan konseptual dari komunikasi. *Marketing Public Relations, Branding, Persaingan Buku Digital dan instagram*

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kualitatif, paradigma interpretatif, metode penelitian netnografi, sifat penelitian deskriptif. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi literatur, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari 7 (tujuh) kegiatan yang menjadi tolak ukur *Marketing public Relations*, gramedia.com menjalankan seluruh kegiatan yaitu Publikasi, Identitas Media, Pidato, Berita, Event, Aktivitas Sosial, dan Sponsor

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konten branding Gramedia di Instagram merupakan bentuk komunikasi strategis yang memadukan narasi, emosi, dan nilai sosial untuk membangun keterlibatan serta mempertahankan relevansi di tengah persaingan buku digital.

Kata Kunci : Komunikasi, Branding, Instagram

Pembimbing I : Helen Olivia, M.I.kom

Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

NAME : Monica Andriyani
STUDENT ID : 210900007
STUDY PROGRAM : Communication Science
CONCENTRATION : Public Relations
Content Analysis of Gamedia.Com Branding on Instagram in Facing Digital
Book Competition
Total Pages : XIII + 132 pages + Appendices
Bibliography : 18 Books (2015–2025); 25 Journals; 10 Websites

ABSTRACT

Instagram has become a strategic medium for Gamedia to conduct branding through engaging and relevant visual and narrative content in response to digital transformation and the rise of digital book platforms. This research aims to analyze how Gamedia utilizes branding content strategies on Instagram to maintain its existence in the literacy industry.

The theoretical foundation used in this study is the Social Information Processing Theory, supported by conceptual frameworks from communication, Marketing Public Relations, branding, digital book competition, and Instagram.

This study adopts a qualitative approach with an interpretative paradigm, using netnografi as the research method and a descriptive nature. Data collection techniques include literature review, observation, and documentation.

The findings indicate that Gamedia.com implements all seven activities that serve as benchmarks of Marketing Public Relations: Publication, Media Identity, Speech, News, Event, Social Activities, and Sponsorship.

This research concludes that Gamedia's branding content strategy on Instagram represents a strategic form of communication that integrates narrative, emotion, and social values to foster engagement and maintain relevance amidst the digital book competition.

Keywords : Communication, Branding, Instagram
Advisor I : Helen Olivia, M.I.Kom
Advisor II : Drs. Solten Rajagukguk, M.M.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Penelitian Ilmu Komunikasi yang berjudul “Komunikasi *Branding* Gramedia Emerald Bintaro Dalam Menghadapi Persaingan Buku Digital.”

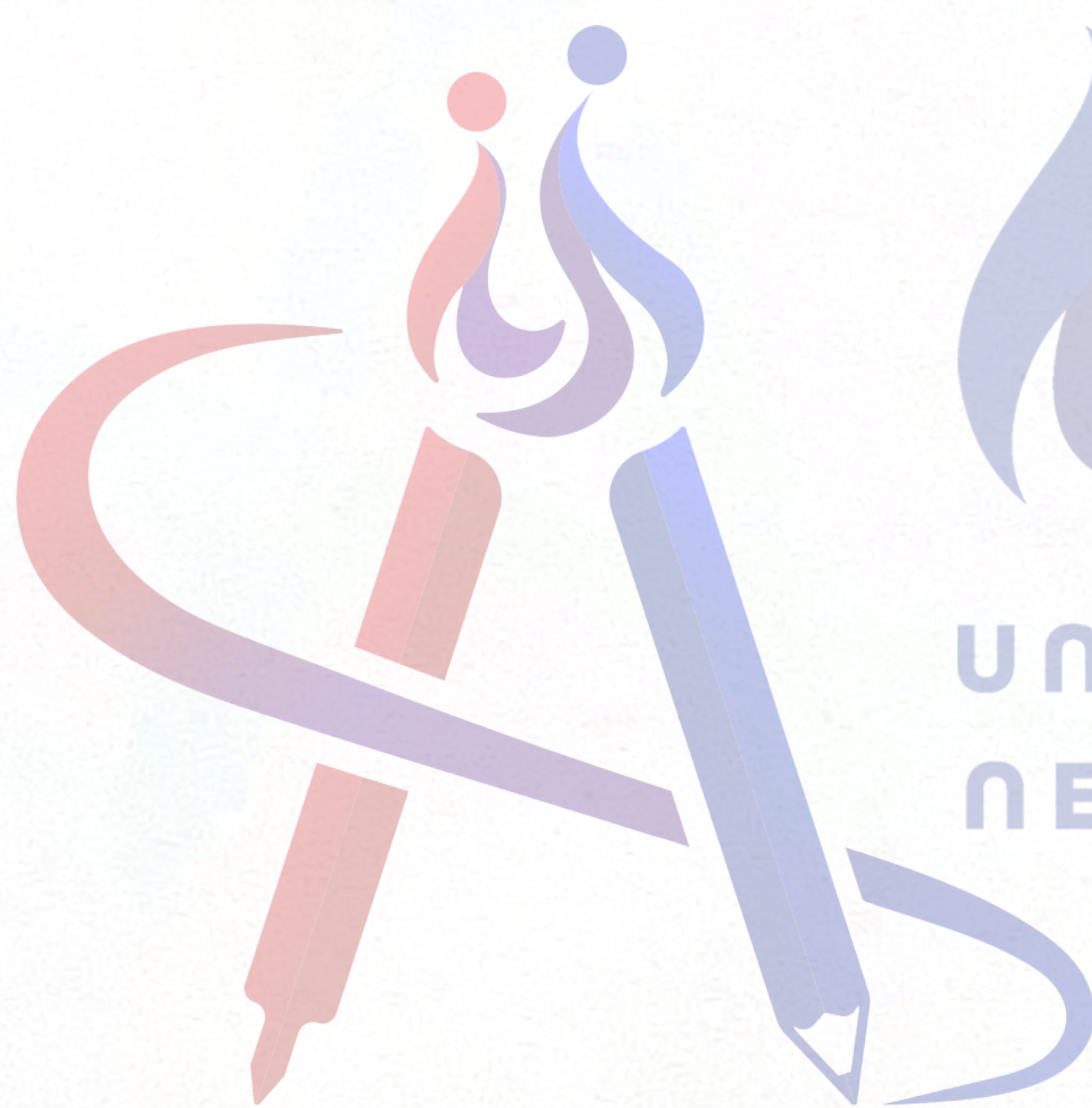
Adapun penelitian ini telah penulis selesaikan dengan usaha semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan dari Kedua Orang Tua, Adik, dan Keluarga sehingga dapat memperlancar proses pembuatan penelitian ini. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Sihar P.H Sitorus, B.S.B.A, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Fahlesa Munabari, M. A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom selaku Ketua Jurusan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Helen Olivia, M.I.kom selaku Dosen Pembimbing I
5. Drs. Solten Rajagukguk, MM selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Kepada orang tua dan kaka saya sendiri sebagai pemberi *support* dalam pembuatan proposal skripsi.

8. Teman-teman terdekat saya Imaliya, Juna, Teddy, Dea, Tania, Puput dan Audry yang selalu memberi pencerahan dalam penulisan.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna menjadikan Penulis dapat menjadi lebih baik kedepannya.

Jakarta, 25 Agustus 2025



Monica Andriyani

UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA