



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KOMUNITAS  
"DIGITAL LEARNERS" DI PT DIBIMBING DIGITAL INDONESIA**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Nama : Fildzah Indira**

**NIM : 2210411058**



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN "VETERAN"

JAKARTA

2025

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Fildzah Indira

NIM : 2210411058

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Fildzah Indira)

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,  
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fildzah Indira  
NIM : 2210411058  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non  
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang  
berjudul:

#### STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KOMUNITAS "DIGITAL LEARNERS" DI PT DIBIMBING DIGITAL INDONESIA

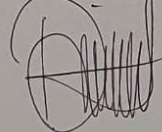
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini,  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih  
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat  
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya  
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan  
sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 16 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Fildzah Indira)

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Fildzah Indira  
NIM : 2210411058  
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Komunikasi  
JUDUL : STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN  
KOMUNITAS "*DIGITAL LEARNERS*" DI PT DIBIMBING  
DIGITAL INDONESIA

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



( Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom )

Penguji 1



(Windhi Tia Saputra, S.Sos. M.Si)

Penguji 2



(Ratu Nadya Wahyuningratna, S.I.Kom.MM)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Ujjanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 22 Desember 2025

# **STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMBANGUN KOMUNITAS "DIGITAL LEARNERS" DI PT DIBIMBING DIGITAL INDONESIA**

**FILDZAH INDIRA**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dalam membangun komunitas "*Digital learners*" di PT Dibimbing Digital Indonesia dengan menggunakan konsep strategi komunikasi dan *brand community*. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif serta teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan tiga tahap analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan simpulan dan verifikasi data. Setelah melalui tiga tahap tersebut, peneliti menggunakan triangulasi teknik sebagai teknik keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi PT Dibimbing Digital Indonesia bertumpu pada pengelolaan lima elemen komunikasi sebagai komponen utama agar strategi komunikasi dapat berjalan secara optimal. Selain itu, penerapan konsep *brand community* berperan dalam meningkatkan pertumbuhan komunitas serta menjaga hubungan antaranggota *Digital Learners*. Inovasi dan kolaborasi tim internal juga menjadi faktor pendukung penting dalam memastikan strategi komunikasi perusahaan berjalan secara efektif dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** *Edutech*, Komunitas Digital, Komunitas Merek, Strategi Komunikasi

**COMMUNICATION STRATEGIES IN BUILDING A COMMUNITY OF  
“DIGITAL LEARNERS” AT PT DIBIMBING DIGITAL INDONESIA**

**FILDZAH INDIRA**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine communication strategies in building the Digital Learners community at PT Dibimbing Digital Indonesia by applying communication strategy and brand community concepts. This research employs a descriptive qualitative method with purposive sampling as the sampling technique. Data analysis was conducted through three stages: data reduction, data display, and conclusion drawing and verification. After completing these stages, technique triangulation was used to ensure data validity. The findings indicate that the communication strategy implemented by PT Dibimbing Digital Indonesia is structured around five communication elements as the main components that must be managed to ensure the optimal implementation of communication strategies. In addition, the application of the brand community concept serves as an effort to increase community growth and maintain relationships among Digital Learners members. Furthermore, innovation and internal team collaboration play a crucial role in supporting the smooth execution and sustainability of the company's communication strategy.*

***Keywords: Brand Community, Communication Strategy, Digital Community, Edutech***

## Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi dalam Membangun Komunitas "Digital learners" di PT Dibimbing Digital Indonesia” ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas segala rahmat, kesehatan, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini serta kepada mama dan papa penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, motivasi, serta kasih sayang yang tidak pernah putus. Tanpa dukungan dan pengorbanan nya, penulis tidak akan mampu melewati proses penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos.Ma., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing tugas akhir dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini dan membimbing penulis selama masa perkuliahan.
4. Bapak Windhi Tia Saputra, M.Si. selaku dosen penguji I tugas akhir yang telah memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Ratu Nadya Wahyuningratna, MM selaku dosen penguji II tugas akhir yang telah memberikan saran, kritik, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN “Veteran” Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.
7. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta yang telah membantu penulis dalam urusan administrasi akademik.
8. Para informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga bagi penelitian ini.
9. Sahabat penulis sejak SMP yaitu Dara, Dita, Inayah dan Ariq yang selalu menghibur, memberikan semangat dan menemani penulis dalam suka dan duka.
10. Sahabat penulis sekaligus teman seperjuangan selama masa kuliah yaitu Gladis, Aurel, Raisya, Aisyah, Zetta, Bella, dan Rara yang selalu memberikan semangat, menemani selama masa kuliah serta memberikan dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

11. *Support system* penulis sedari masa SMP, Hafiidh Agal yang selalu menemani, menghibur, mendukung serta membantu penulis dalam waktu dan doa yang tulus hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini
12. Teman-teman Influence.ID yaitu Kak Aura, Kak Bella, Kak Diva, Kak Fira, Wisnu yang selalu menghibur, membimbing, dan memberikan dukungan kepada penulis.
13. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan dukungan moril, motivasi, serta kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Diri penulis sendiri, yang telah berusaha, bertahan, dan berkomitmen untuk menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.

**Jakarta, 16 Desember 2025**



**Fildzah Indira**

## Daftar Isi

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>III</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>IV</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>V</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>VI</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>VIII</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>XI</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>XII</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3. Batasan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1. Tujuan Praktis .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2. Tujuan Teoritis.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.1. Manfaat Akademik .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5.2. Manfaat Praktis.....</b>	<b>8</b>
<b>1.6. Sistematika Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2. Konsep Penelitian.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.1. Strategi Komunikasi .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.2. Komunikasi Digital .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.3. Brand Community .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.2. Pemahaman mengenai Komunitas Digital.....</b>	<b>27</b>
<b>2.3. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
<b>3.1. Objek Penelitian.....</b>	<b>31</b>
<b>3.2. Subjek Penelitian .....</b>	<b>31</b>
<b>3.3. Jenis Penelitian.....</b>	<b>32</b>
<b>3.4. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4.1. Wawancara.....</b>	<b>33</b>
<b>3.4.2. Dokumentasi.....</b>	<b>34</b>
<b>3.5. Sumber Data.....</b>	<b>34</b>

3.5.1.	Data Primer .....	34
3.5.2.	Data Sekunder .....	35
3.6.	Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1.	Reduksi Data .....	36
3.6.2.	Penyajian Data .....	36
3.6.3.	Penarikan Simpulan dan Verifikasi .....	36
3.7.	Teknik Keabsahan Data .....	37
3.8.	Jadwal Penelitian .....	38
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1.	Deskripsi Subjek Penelitian .....	39
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	39
4.1.2.	Visi Misi PT Dibimbing Digital Indonesia .....	40
4.2.	Profil Informan .....	41
4.3.	Hasil penelitian strategi komunikasi dalam membangun komunitas "Digital learners" di PT Dibimbing Digital Indonesia .....	44
4.3.1.	Lima Elemen Komunikasi.....	44
4.3.1.1.	Komunikator .....	44
4.3.1.2.	Komunikasi .....	46
4.3.1.3.	Pesan.....	49
4.3.1.4.	Media.....	53
4.3.1.5.	Efek.....	55
4.3.1.5.1.	Efek Kognitif (Pengetahuan dan Pemahaman Audiens) .....	55
4.3.1.5.2.	Efek Afektif (Ketertarikan dan Keterikatan Emosional Audiens). .....	57
4.3.1.5.3.	Efek Konatif (Perubahan Perilaku dan Tindakan Audiens) .....	58
4.3.2.	<i>Brand Community</i> .....	60
4.3.2.1.	Kesadaran sebagai Sesama (Legitimasi) .....	60
4.3.3.2.	Ritual dan Tradisi (Merayakan sejarah dan Berbagi kisah) .....	61
4.3.3.3.	Tanggung Jawab Moral (Mengintegrasikan, mempertahankan anggota dan Membantu dalam penggunaan merek) .....	63
4.3.4.	Inovasi dan Kolaborasi Tim.....	66
4.4.	Pembahasan Mengenai Strategi Komunikasi dalam Membangun Komunitas "digital learners" di PT Dibimbing Digital Indonesia .....	69
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1.	Simpulan .....	88
5.2.	Saran .....	89
5.2.1.	Saran Praktis .....	89
5.2.2.	Saran Teoritis .....	89

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>

## **Daftar Tabel**

<b>Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 2. Daftar Informan .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 3. Jadwal Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4. Profil Informan.....</b>	<b>41</b>

## Daftar Gambar

<b>Gambar 1. Profil Instagram @dibimbing.id .....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 2. Data Komunitas dan Hiring Partners dibimbing.id.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 3. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 4. Logo PT Dibimbing Digital Indonesia .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 5. Reels dan TikTok Meme dibimbing.id .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 6. Dokumentasi Acara Talent Connect.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 7. Informasi kegiatan komunitas melalui website .....</b>	<b>65</b>
<b>Gambar 8. Media Sosial yang digunakan oleh dibimbing.id .....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 9. Strategi Komunikasi dalam Membangun Komunitas "digital learners" .....</b>	<b>87</b>