

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN THE CABIN COFFEE
BAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

**DEVAN FLICT JECONIAH
14 090 5338 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Devan Flic Jeconiah
NPM : 140905338
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN THE
CABIN COFFEE BAR MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 17 Juni 2021
Saya yang menyatakan



Devan Flic Jeconiah

HALAMAN PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN THE CABIN COFFEE
BAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

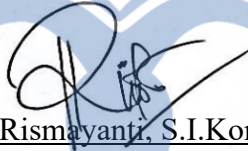
S.I.Kom Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

Devan Flict Jeconiah

No. Mhs: 14 090 5338/ KOM

Disetujui oleh:



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran The Cabin Coffee Bar Melalui Media Sosial Instagram

Penyusun : Devan Flict Jeconiah

NIM : 14 090 5338/ KOM

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada,

Hari/ tanggal : 29 Juni 2021

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : *Online via Zoom*

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji Utama



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., M.A.

Penguji I

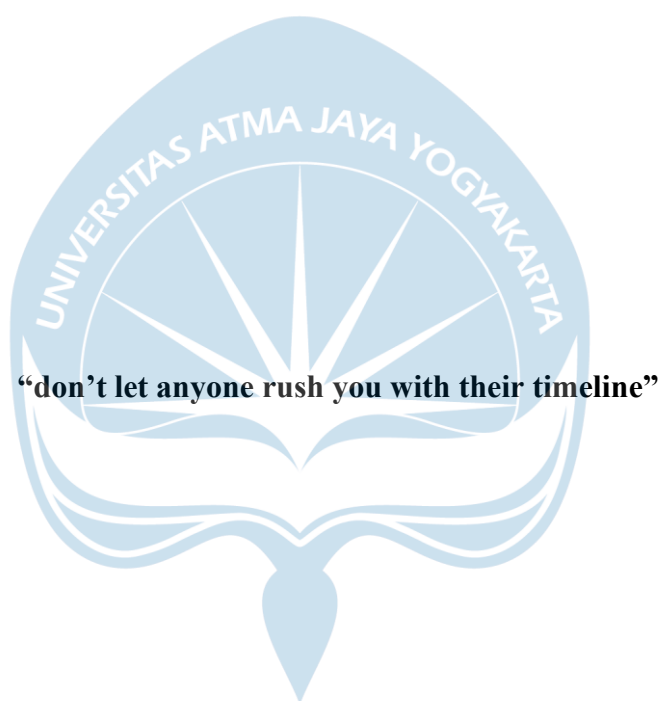


Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.

Penguji II



HALAMAN PERSEMBAHAN



Terimakasih untuk Papa dan Mama yang sudah membesarkan dan mendidik saya hingga dititik ini, juga teruntuk kekasih, sahabat, kerabat, dan teman-teman yang terus memberikan semangat dan perhatiannya pada saya.

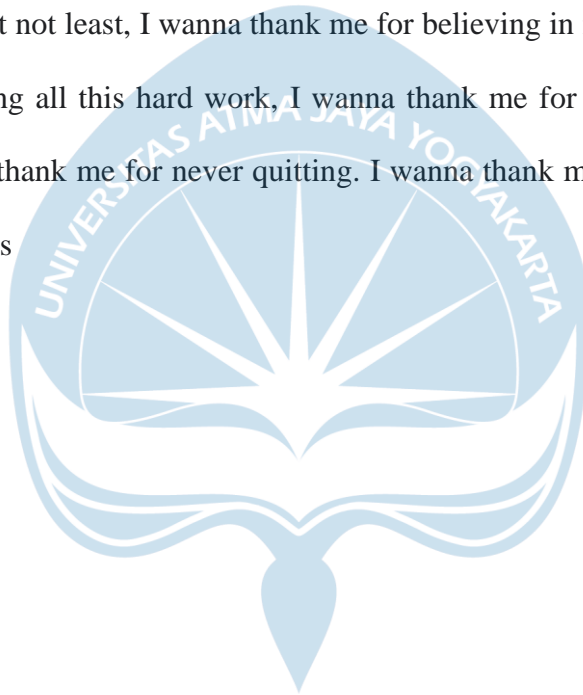
KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha esa atas waktu dan kesempatan yang diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN THE CABIN COFFEE BAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”

Satu lagi jenjang dalam kehidupan telah peneliti lampau dan selesaikan, yaitu kuliah Strata-1 yang ditempuh peneliti sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Fakultas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi mahasiswa FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan juga menjadi inspirasi bagi pemilik *coffeeshop* lainnya untuk lebih mengembangkan komunikasi pemasaran yang dilakukan. Penelitian ini sendiri dapat diselesaikan karena dukungan oleh pihak-pihak di sekitar peneliti. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan dan apresiasi yang besar kepada:

1. Didik Tosan Prabowo dan Ervina selaku orang tua dan kedua adik saya yaitu Shania dan Kezia yang selalu memberi semangat dan doa yang menjadikan motivasi dan penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Rebekka Rismayanti, SIKom., MA. sebagai dosen pembimbing yang selalu sabar mengarahkan dan membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi.
3. Christabel Gitta yang selalu mengingatkan dan menyemangati penulis dalam melalui penulisan skripsi ini.

4. Keluarga kecil K23 yang selalu ada Yulian Putra, Jefry Samuel, Dinika Romanza, Georgius Fredo, Elisabeth Novia. Untuk Rizki Aduma dan Edmundus Dewa yang selalu menemani penulis di kampus dan semua teman-teman yang tidak bisa ditulis satu persatu.
5. Seluruh pengurus The Cabin Coffee bar yang telah banyak membantu dalam mendapatkan informasi.
6. Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times



Yogyakarta, 17 Juni 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Devan Flict Jeconiah', is positioned above the printed name.

Devan Flict Jeconiah

ABSTRAK

DEVAN FLICT JECONIAH

140905338 /KOM

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN THE CABIN COFFEE BAR MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Kehadiran internet telah mengubah cara orang berkomunikasi, cara mendapatkan berita dan informasi. Internet membuat tren pemasaran beralih dari yang semula konvensional menjadi digital karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi. Internet juga dimanfaatkan oleh The Cabin Coffee Bar untuk mendukung komunikasi pemasaran yaitu melalui media sosial Instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian ini memanfaatkan teori komunikasi pemasaran dan teori media sosial untuk menjelaskan implementasi komunikasi pemasaran The Cabin Coffee Bar melalui media sosial Instagram. Subyek penelitian ini adalah *manager* The Cabin Coffee Bar.

Komunikasi pemasaran yang dilakukan The Cabin Coffee Bar dilakukan dengan kerjasama oleh *owner*, *manager*, dan tim yang diimplementasikan dalam kegiatan yang terdiri dari periklanan dengan mengirim materi atau *posting* konten kepada group semua *crew* termasuk kepada teman dan keluarga agar dapat *diposting* ke *IGstory* masing-masing, promosi penjualan dengan mengadakan *giveaway* dan *bundling* menu, *personal selling* dengan membagikan *flyer* atau poster tentang promo dan menu seasonal yang baru, serta *Public relation* dengan memberikan respon *direct message* (DM) Instagram dari *customer*. Aspek yang mendukung Instagram sebagai media komunikasi pemasaran The Cabin Coffee Bar yaitu aspek *sharing* konten dalam bentuk *feed* dan *story*, optimalisasi penggunaan fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan, *manage* respon dan waktu efektif untuk memposting konten, serta *engage* dengan membagikan informasi profil dan kegiatan tim bar dan kitchen, *customer* juga dapat *request* menu, *topping*, dan seni gambar pada espresso yang dipesan.

Kata kunci: komunikasi, pemasaran, instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah.....	8
3. Tujuan Penelitian	8
4. Manfaat Penelitian	8
5. Kerangka Teori	9
5.1. Komunikasi Pemasaran	9
5.2. Media Sosial Instagram.....	13
6. Kerangka Konsep.....	20
7. Metodologi Penelitian	22
BAB II GAMBARAN UMUM THE CABIN COFFEE BAR.....	28
1. Deskripsi The Cabin Coffee Bar.....	28
2. Visi dan Misi The Cabin Coffee Bar	29
3. Produk-Produk Unggulan The Cabin Coffee Bar.....	29
4. Instragram The Cabin Coffee Bar.....	30
5. Event-event yang pernah dilakukan di Instagram.....	35
6. Struktur Organisasi	35
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37

1. Hasil Temuan Data	37
2. Analisis Data	52
BAB IV PENUTUP	62
1. Kesimpulan	62
2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Intagram The Cabin Coffee Bar	5
Gambar 2.1. Tampilan awal Instagram The Cabin Coffee Bar	31
Gambar 2.2. Postingan di Instagram The Cabin Coffee Bar	31
Gambar 2.3. IGTV The Cabin Coffee Bar	32
Gambar 2.4. Tagged/Ditandai The Cabin Coffee bar	32
Gambar 2.5. Coffee	33
Gambar 2.6. Christmas Menu	33
Gambar 2.7. Testi Cabin Go	34
Gambar 2.8. Merchandise	34
Gambar 2.9. Grab Food	35
Gambar 3.1. Contoh profil Tim	43
Gambar 3.2. Contoh produk makanan dan minuman	44
Gambar 3.3. Pengadaan giveaway	48
Gambar 3.4. Kegiatan barista dan chef	51

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Bagan Kerangka Berpikir	22
Bagan 2.1. Bagan Struktur Organisasi	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian	68
Lampiran 2. Pedoman Wawancara	70
Lampiran 3. Hasil Wawancara	72

