

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM COSAN DALAM MEMBENTUK BRAND  
IMAGE**



**SKRIPSI**

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

**oleh**

**ABRAHAM VINCENT**

**170906325 / kom**

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

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA MEDIA**  
**SOSIAL INSTAGRAM COSAN DALAM MEMBENTUK**  
**BRAND IMAGE**

**SKRIPSI**

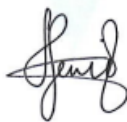
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi  
Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun Oleh:

**ABRAHAM VINCENT**

**170906325 / KOM**

Disetujui Oleh:



**Olivia Lewi Pramesti, S.Sos, M.A.**

**Dosen Pembimbing**

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

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Abraham Vincent

NPM : 170906325

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instagram  
Cosan Dalam Membentuk Brand Image

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 hakikatnya 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 manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 20 Agustus 2023

Saya yang menyatakan,



Abraham Vincent

## HALAMAN PENGESAHAN

Penyusun : Abraham Vincent  
NPM : 170906325  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Aktivitas Komunikasi Pemasaran pada Media Sosial Instagram Cosan Dalam Membentuk Brand Image  
Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada  
Hari / Tanggal : Kamis, 31 Agustus 2023  
Pukul : 10.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran 2, Kampus 4 Gedung Theresa Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

Birgitta Bestari Puspita J. S.Sos., M.A.  
Penguji Utama

Olivia Lewi Pramesti, S.Sos., M.A.  
Penguji I

Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A.  
Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

# **AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM COSAN DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE**

## **ABSTRAK**

Teknologi yang berkembang pesat, dapat memudahkan bagi mereka yang mau belajar maupun menyusahkan bagi mereka yang malas akan kemajuan. Di era digital ini, produk tidak hanya disebarluaskan menggunakan metode penjualan langsung saja, melainkan dapat menggunakan metode pemasaran melalui internet, khususnya media sosial Instagram. Memaksimalkan kegiatan atau aktivitas komunikasi pemasaran merupakan jalan yang dilakukan untuk mencapai hal tersebut. Kegiatan komunikasi pemasaran tersebut meliputi: *Advertising, Direct Marketing, Sales Promotion, Internet Marketing, Personal Selling* dan *Public Relation*. Pada penelitian ini, peneliti berfokus pada aktivitas komunikasi pemasaran pada media sosial Instagram Cosan dalam membentuk *brand image* mereka.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan wawancara dan studi dokumen sebagai pengumpulan data. Terdapat 3 (tiga) narasumber dalam penelitian ini yang merupakan pemilik usaha sekaligus *Marketing Manager* dan Manajer Operasional Cosan, serta seorang konsumen Cosan. Ketiga narasumber berperan penting dalam setiap kegiatan aktivitas komunikasi pemasaran Cosan, khususnya pada media sosial Instagram.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cosan dalam aktivitas komunikasi pemasarannya menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial ini masuk dalam salah satu kategori bauran pemasaran promosi yang masuk dalam *internet marketing*, bagian dari aktivitas komunikasi pemasaran. *Internet marketing* yaitu mengenai bagaimana perusahaan Cosan memanfaatkan internet (media sosial) untuk melakukan aktivitas komunikasi pemasaran.

**Kata Kunci:** *Aktivitas Komunikasi Pemasaran, Internet Marketing, Instagram*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial Instragram Cosan Dalam Membentuk Brand Image” dengan lancar. Laporan ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana dalam Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Laporan tugas akhir ini membahas mengenai aktivitas komunikasi pemasaran pada media sosial Instagram milik kafe Cosan dalam membentuk *brand image* mereka. Peneliti mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung, memberi semangat serta sasaran-sasaran yang positif bagi peneliti. Peneliti mendapatkan banyak pengajaran, ilmu-ilmu baru, bantuan, serta pengalaman yang diberikan oleh berbagai pihak. Adapun peneliti ingin mengucapkan terima kasih, teristimewa kepada beberapa pihak berikut ini :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, kesehatan, rezeki serta penercerahan yang membantu peneliti selama menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Terima kasih banyak kepada kedua orangtua saya, terutama Mama yang saya cintai karena selalu memberi dukungan, doa, dan masukan

positif hingga saya berada di tahap akhir perkuliahan ini. Tanpa dukungan dan masukan yang diberikan oleh keluarga peneliti, sepertinya peneliti akan menyerah di dalam proses akhir perkuliahan ini.

3. Mbak Olivia Lewi Pramesti, S.Sos, M.A., selaku dosen pembimbing yang sangat sabar membimbing peneliti dari beberapa tahun lalu hingga akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Terima kasih untuk sahabat peneliti telah memberi masukan, menemani, membina, membantu terkait penelitian ini dan menjadi sandaran, serta tempat berkeluh kesah selama merantau yaitu, Prasetyo, Juan, Yosua, Berto, Icha, Chris, Aron, Ian, Greget, Brian, Jefri, Joi, Joni, Martin, Rolan, Mikael, Pandu, Samuel, Andra, Ata, dan masih banyak lagi. Sangat banyak sekali kisah yang menjaga solidaritas dan kerukunan bersama, serta yang terpenting bantuan fisik dan psikis yang diberikan.
5. Terima kasih kepada pacar peneliti, yaitu Poppy Annisa Melati Muhammad yang saya kasihi. Dukungan dan perhatian terkait penelitian ini, serta doa yang diberikan menghantarkan peneliti untuk tetap berjuang demi mencapai cita-cita masa depan.
6. Terima kasih Cosan dan segenap staff telah memberikan peneliti

kesempatan untuk melakukan penelitian ini dan keterbukaan hati setiap berinteraksi dengan orang-orang yang terlibat.

7. Terakhir kepada diri sendiri berterimakasih telah memberikan semangat dan kekuatan yang ekstra untuk bisa sampai di tahap ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, namun peneliti berharap kiranya penelitian dapat menjadi manfaat tersendiri serta menambah wawasan bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 20 Agustus 2023



Abraham Vincent



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG .....	1
B. RUMUSAN MASALAH .....	11
C. TUJUAN PENELITIAN .....	11
D. MANFAAT PENELITIAN .....	11
E. KERANGKA TEORI .....	12
1. Komunikasi Pemasaran .....	12
2. Internet Marketing .....	19
3. Merek ( <i>brand</i> ) .....	22
4. Citra Merek ( <i>brand image</i> ) .....	23
5. Media Sosial .....	27
F. Kerangka Konsep .....	31
G. Metodologi Penelitian .....	33
1. Jenis Penelitian .....	33
2. Metode Penelitian .....	34
3. Teknik Pengumpulan Data .....	34
4. Subjek Penelitian .....	35
5. Lokasi Penelitian .....	36

6. Metode Analisis Data.....	36
BAB II.....	39
DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN .....	39
A. Deskripsi Cosan .....	39
B. Profil Narasumber 1 .....	46
C. Profil Narasumber 2 .....	47
BAB III.....	47
PEMBAHASAN.....	47
A. Temuan Data.....	48
A. Nilai merek Cosan .....	48
B. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Cosan .....	55
C. Membentuk Brand Image.....	61
B. Analisis Data.....	63
a. Komunikasi Pemasaran.....	64
b. Aktivitas Komunikasi Pemasaran.....	65
c. Internet Marketing .....	66
d. Merek .....	67
e. Citra Merek .....	69
BAB IV .....	74
PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN .....	81

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR 1</b> Profil Instagram Cosan.....	5
<b>GAMBAR 2</b> Isi konten Instagram Cosan.....	6
<b>GAMBAR 3</b> Suasana nongkrong dan mengerjakan tugas di Cosan.....	39
<b>GAMBAR 4</b> Biodata Instagram Cosan.....	40
<b>GAMBAR 5</b> Slogan Cosan.....	41
<b>GAMBAR 6</b> Slogan Cosan.....	42
<b>GAMBAR 7</b> Isi konten Instagram Cosan.....	42
<b>GAMBAR 8</b> Isi konten Instagram Cosan.....	43
<b>GAMBAR 9</b> Postingan ulang story konsumen oleh Cosan.....	44
<b>GAMBAR 10</b> Postingan ulang story konsumen oleh Cosan.....	45
<b>GAMBAR 11</b> Croffle sebagai pendamping makanan dari kopi.....	46
<b>GAMBAR 12</b> Area indoor dan outdoor Cosan .....	50
<b>GAMBAR 13</b> Area untuk bekerja (Co-working space) .....	51
<b>GAMBAR 14</b> Logo Brand Cosan yang berbentuk seperti jendela rumah.....	53
<b>GAMBAR 15</b> Promosi online Cosan.....	56

## DAFTAR BAGAN

<b>BAGAN 1</b> Bagan Kerangka Konsep.....	32
---	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara.....	81
Transkrip Wawancara.....	84

