

**KALIBRADIO SEBAGAI WUJUD KAMPANYE**  
**KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL**  
**BROOKLAND COFFEE**



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu**

**Komunikasi (S.I.Kom)**

**Serafina Loveita Sudargo**

**190906838**

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

**2024**

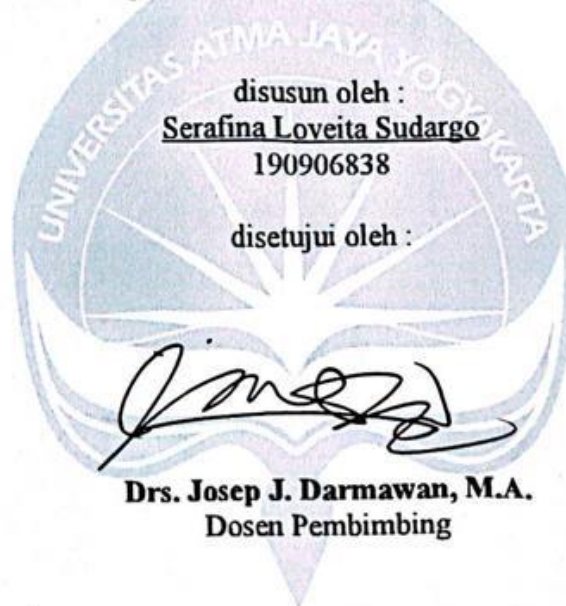
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**KALIBRADIO SEBAGAI WUJUD KAMPANYE KOMUNIKASI**  
**PEMASARAN DIGITAL BROOKLAND COFFEE**

**SKRIPSI**

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

disusun oleh :  
Serafina Loveita Sudargo  
190906838

disetujui oleh :



**Drs. Josep J. Darmawan, M.A.**  
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
2024

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Kalibradio Sebagai Wujud Kampanye Komunikasi Pemasaran Digital Brookland Coffee**

Penyusun : Serafina Loveita Sudargo  
NPM : 190906838

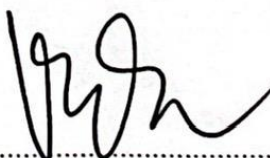
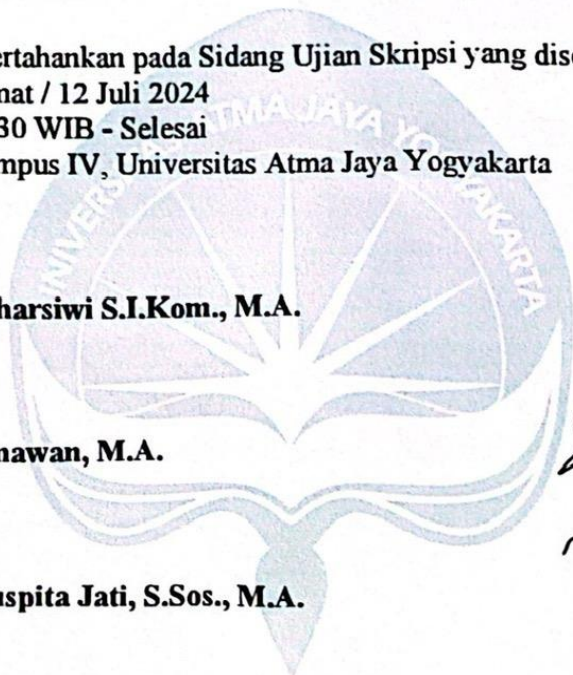
Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada  
Hari / Tanggal : Jumat / 12 Juli 2024  
Pukul : 11.30 WIB - Selesai  
Tempat : Kampus IV, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

**Caecilia Santi Praharsiwi S.I.Kom., M.A.**  
Penguji Utama

**Drs. Josep J. Darmawan, M.A.**  
Penguji I

**Birgitta Bestari Puspita Jati, S.Sos., M.A.**  
Penguji II



.....  
**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Serafina Loveita Sudargo  
NPM : 190906838  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : KALIBRADIO SEBAGAI WUJUD KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL  
BROOKLAND COFFEE

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.

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

Yogyakarta, 2 Juli 2024

Saya yang menyatakan,



Serafina Loveita Sudargo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Kalibradio Sebagai Wujud Kampanye Komunikasi Pemasaran Digital Brookland Coffee” dengan baik dan lancar. Penelitian ini diselesaikan sebagai persyaratan penyelesaian Program Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, ada begitu banyak doa dan bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat melalui berbagai hambatan dan rintangan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, melalui tulisan ini, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan petunjuk, bantuan, arahan, dan perlindungan yang selalu diberikan-Nya pada hidup saya.
2. Papa, Mama, Kakak, dan Adik yang selalu memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi dan Pendidikan di Yogyakarta. Terima kasih atas kasih sayang yang begitu besar.
3. Bapak Josep Joedhie Darmawan selaku dosen pembimbing saya, yang selalu sabar membimbing, mengajar, dan membantu penyelesaian skripsi yang sangat berguna bagi perjalanan pendidikan saya. Terima kasih atas dukungan dan bimbingannya.
4. Seluruh Dosen FISIP UAJY, khususnya dosen-dosen Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis sejak semester pertama hingga sekarang. Terima kasih atas bekal ilmu dan bimbingan Bapak dan Ibu sehingga skripsi saya bisa selesai dengan baik.
5. Tangguh Izzanur Alam, terima kasih telah menjadi pendamping yang *supportive*, menyemangati setiap hari, memberi saya motivasi, kasih sayang, menemani suka duka penulis, memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi, dan tidak pernah lelah untuk mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Brookland Coffee, Mas Lucky, Pandu, dan Bangor, terima kasih telah memberikan ruang dan peluang penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dan memberikan dukungan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kak Iksal, Kak Aque, Kak Fadil dan seluruh partner kerja penulis di Fumo Chicken Joint, terima kasih telah menemani dan menyemangati, serta memberikan dukungan penulis untuk segera memperoleh gelar S.I.kom meskipun ditengah-tengah kesibukan pekerjaan kami.
8. Devi, Gebi, Shania, Agus, Oci, Ian, dan seluruh teman-teman yang menemani selama proses perkuliahan penulis, terima kasih atas canda tawa, dukungan, dan kesabaran untuk memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini. I love you!

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan menerima kritikan maupun saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat menjadi suatu penelitian yang lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya.

## ABSTRAK

### **Kalibradio Sebagai Wujud Kampanye Komunikasi Pemasaran Digital Brookland Coffee**

Di dalam komunikasi bisnis, termasuk bisnis *food and beverage*, terdapat aktivitas pemasaran di dalamnya. *Campaign* atau kampanye juga merupakan salah satu bagian dari aktivitas pemasaran. Adapun objek pada penelitian ini adalah komunikasi pemasaran di Brookland Coffee, sehingga *campaign* memiliki fungsi untuk membuat pengunjung tertarik pada produk-produk yang dihasilkan oleh *café* tersebut. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi pemasaran dan *campaign* pemasaran media digital sebagai teori untuk landasan penelitian. Sementara itu, metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian studi kasus.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Brookland Coffee menggunakan media Spotify dan Instagram untuk melakukan *campaign*. Di media Spotify, Brookland Coffee membuat *playlist* berjudul Kalibradio. *Campaign* tersebut bersifat *planned* dan *unplanned marketing*. Selain itu, *campaign* ini juga bersifat inklusif, artinya seluruh konsumen dari Brookland Coffee terlibat dalam memasukkan lagu ke *playlist* tersebut. Sehingga, terbentuk *brand image* dan *brand awareness* yang menunjukkan bahwa Brookland Coffee memiliki ciri khas tersendiri. Media lain yang digunakan untuk *campaign* adalah Instagram. Adapun kandidat-kandidat Kalibradio adalah orang-orang terdekat dari pengurus Kalibradio itu sendiri, termasuk para pengunjung yang sering mendatangi *café* tersebut. Pihak pengelola Kalibradio tidak menggunakan jasa dari influencer ataupun artis agar inklusivitas tetap terjaga. Mereka juga menggunakan hashtag #Kalibradio dan #BrooklandCoffee untuk mendukung konten tentang Kalibradio tersebut. Hasilnya, *customer response* menunjukkan sisi positif dan dukungan dalam bentuk percakapan dan interaksi sosial yang terjadi di Instagram Brookland Coffee.

**Kata kunci:** Kampanye, Komunikasi Pemasaran Digital, Coffee Shop, Playlist

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah.....	11
3. Tujuan Penelitian .....	11
4. Manfaat Penelitian .....	11
a. Manfaat Teoritis.....	11
b. Manfaat Praktis .....	11
5. Kerangka Teori .....	11
a. Komunikasi Pemasaran .....	11
b. Komunikasi Pemasaran Digital .....	19
c. Kerangka Berpikir .....	28
6. Metodologi Penelitian.....	32
a. Jenis Penelitian .....	32



b. Metode Penelitian .....	32
c. Subjek Penelitian .....	33
d. Objek Penelitian.....	33
e. Jenis Data.....	34
f. Teknik Pengumpulan Data .....	34
g. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB II</b> DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....	38
1. Deskripsi Brookland Coffee .....	38
2. Deskripsi Kalibradio .....	40
3. Deskripsi Narasumber .....	43
<b>BAB III</b> HASIL DAN PEMBAHASAN .....	44
1. Hasil dan Temuan .....	45
a. Komunikasi marketing Brookland Coffee .....	45
b. Tahapan Pembentukan Kampanye Kalibradio .....	49
c. Kalibradio untuk <i>Branding</i> Brookland Coffee .....	52
2. Pembahasan .....	61
a. <i>Product oriented campaign</i> melalui Spotify Kalibradio.....	61
b. Kalibradio dan <i>image</i> Brooklyn di dalam Brookland Coffee .....	63
c. Brand image, brand awareness, dan costumer response .....	67
<b>BAB IV</b> KESIMPULAN DAN SARAN .....	71
1. Kesimpulan .....	71
2. Saran .....	72
3. Batasan penelitian .....	72

DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN.....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tahap pembentukan Kalibradio dan penanggungjawab dari strategi marketing Kalibradio .....	51
Tabel 3.2	Beberapa pemilik akun Instagram yang menjadi kandidat Kalibradio.....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tampilan Instagram dan <i>reels</i> yang diproduksi oleh Brookland Coffee .....	5
Gambar 1.2	Tampilan Kalibradio di Instagram Brookland Coffee .....	8
Gambar 1.3	Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran .....	14
Gambar 1.4	Kerangka Berpikir Penelitian .....	32
Gambar 2.1	Review dari Youtuber Aul dan Rianka tentang Brookland Coffee .....	39
Gambar 2.2	Review dari Youtuber Aul dan Rianka tentang sepeda di Brookland Coffee .....	40
Gambar 2.3	Tampilan dari <i>link</i> yang menghubungkan Instagram Brookland Coffee dan Brookland Radio .....	41
Gambar 2.4	Tampilan dari Brookland Radio yang ditampilkan di Spotify .....	42
Gambar 2.5	Tampilan dari Kalibradio di Instagram Brookland Coffee .....	42
Gambar 3.1	Kutipan dari komentar warganet di Kalibradio .....	61
Gambar 3.2	Alur terbentuknya <i>brand image</i> , <i>brand awareness</i> , dan <i>costumer response</i> .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide .....	81
Lampiran 2 <i>Transkrip Wawancara</i> .....	84