



UNIVERSITAS NASIONAL

**Strategi Promosi Pada @Membumi_Kopi Melalui Akun Media
Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Cipete
Raya**

PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Ganis Hariyo Atmojo

NPM.203516516477

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024



NATIONAL UNIVERSITY

**Promotion Strategy for @Membumi_Kopi Through Social Media
Accounts to Increase the Number of Customers in the Cipete
Raya Area**

THESIS PROPOSAL

Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor's
Degree in Communication Science (S.I.Kom)

Ganis Hariyo Atmojo

NPM.203516516477

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**



JAKARTA, 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1)**

Ganis Hariyo Atmojo

203516516477

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA, JANUARI 2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ganis Hariyo Atmojo

NPM : 203516516477

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PADA @MEMBUMI_KOPI
MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI
WILAYAH CIPETE RAYA

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
Memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 31 Januari 2024

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Desti Purwatiningsih M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djujur Luciana R.S.Sos., M.Si



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ganis Hariyo Atmojo
NPM : 203516516477
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentras : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Promosi Pada @membumi_kopi Melalui Akun Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Cipete Raya
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 21 Februari 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Dekan FISIP,

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Ganis Hariyo Atmojo
NPM : 203516516477

Program Studi : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Promosi Pada @Membumi_Kopi
Melalui Akun Media Sosial Untuk
Meningkatkan Jumlah Pelanggan di
Wilayah Cipete Raya

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si

(.....)

Pembimbing : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

(.....)

Penguji : Azizah Des Derivanti, S.I,Kom., M.I.Kom

(.....)

Penguji : (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Februari 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Ganis Hariyo Atmojo

NPM : 203516516477

Juduk Skripsi : Strategi Promosi Pada @Membumi_Kopi Melalui Akun Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Cipete Raya

Saya menyatakan dengan jujur bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Pada @Membumi_Kopi Melalui Akun Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Cipete Raya” adalah skripsi hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Skripsi ini didasarkan pada temuan penelitian, pemikiran orisinal dan pemaparan saya sendiri baik dalam teks laporan maupun dalam program kegiatan yang tercantum di dalamnya. dari tesis ini. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Univeritas Nasional atau perguruan tinggi lainnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Oleh karena itu, pernyataan ini saya buat dengan sadar tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Yang membuat pernyataan,

Ganis Hariyo Atmojo

203516516477



Jakarta, 30 Januari 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat, rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “STRATEGI PROMOSI PADA @membumi_kopi MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI WILAYAH CIPETE RAYA” dengan lancar. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada baginda alam nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarganya, dan para sahabatnya, serta kita semua sebagai pengikutnya hingga akhir hayat nanti.

Penelitian Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi Advertising Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan yang berharga ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- (1) Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
- (2) Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
- (3) Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
- (4) Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
- (5) Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasioanl
- (6) Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi

- (7) Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing peneliti dan meluangkan waktu untuk memberi masukan, arahan, pikiran dan penjelasan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
- (8) Yth. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan seluruh Dosen Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
- (9) Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada Bapak Syamsul Rizal dan Bapak Mada Hadi Darma selaku pemilik Membumi Kopi yang telah bersedia menjadi narasumber untuk memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
- (10) Kedua Orang tua Penulis (Bapak Sugeng Priyanto dan Ibu Yayuk Tri Subaningsih) yang telah memberikan doa restu dan dorongan moril serta materil dan semangat maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
- (11) Kakak dan Adik kandung penulis yang selalu memberikan support yang tiada henti Mas Lambang, Mba Ririn, dan Elang
- (12) Shaqira Dwi Vebriani selaku kekasih peneliti yang terus memberikan dukungan dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas
- (13) Seluruh rekan seperjuangan Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Advertising Universitas Nasional yang telah memberikan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
- (14) Sahabat yang selalu senantiasa memberikan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini, PASRUNENG, Elvira, Reja, Yussifie, Yusuf, dan Balda

(15) Ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 30 Januari 2024



Ganis Hariyo Atmojo



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gians Hariyo Atmojo
NPM : 203516516477
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Psikologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

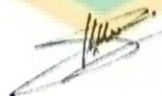
demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti non-eksklusif (non-exclusive royalty-free right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Strategi Promosi Pada @membumi kopi Melalui Akun Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Ciptero Raya

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non-eksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Januari 2024



Gians Hariyo Atmojo

ABSTRAK

Nama : Ganis Hariyo Atmojo
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Promosi Pada @membumi_kopi Melalui Akun Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Cipete Raya
Pembimbing : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Tesis ini membahas tentang Strategi promosi yang penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Tujuan dari promosi sendiri adalah untuk memperkenalkan produk secara luas kepada calon konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan yang bersifat deskriptif yang dimana pengumpulan data dilakukan langsung di lapangan untuk melakukan observasi terhadap fenomena yang ada dalam bentuk kata dan gambar, bukan angka. Pengumpulan data yang dilakukan adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode Miles dan Huberman untuk analisisnya yang terdiri dari reduksi data, penyajian dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada praktiknya Membumi Kopi melakukan kegiatan promosi media sosial melalui Instagram menggunakan konsep bauran promosi, strategi periklanan yang diterapkan di media sosial adalah sebagai berikut: Periklanan, periklanan dibuat dengan membagikan foto/video produk disertai adanya informasi terkait dengan foto. Promosi penjualan, melakukan paket makanan berisi makanan dan minuman yang harganya lebih terjangkau dari harga satuannya. melakukan interaksi langsung Ketika ada pelanggan yang memesan minuman atau makanan maka saat itu juga

Kata Kunci:

Strategi Promosi, Media Sosial, Iklan, Promosi Penjualan, Bauran Promosi

ABSTRACT

Name : Ganis Hariyo Atmojo
Study Program: Communication Studies
Title : Promotion Strategy for @membumi_kopi Through Social Media
Accounts to Increase the Number of Customers in the Cipete
Raya Area
Counsellor : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

This thesis discusses promotional strategies that are important for companies to market their products. The purpose of promotion itself is to introduce the product widely to potential consumers.

The research method used is a descriptive qualitative research method in which data collection is carried out directly in the field to observe existing phenomena in the form of words and images, not numbers. Data collection is carried out using observation, interviews and documentation methods. This research uses the Miles and Huberman method for analysis which consists of data reduction, presentation and drawing conclusions.

The research results show that in practice Membumi Kopi carries out social media promotional activities via Instagram using the promotional mix concept, the advertising strategy implemented on social media is as follows: Advertising, advertising is created by sharing product photos/videos accompanied by information related to the photos. Sales promotions, providing food packages containing food and drinks whose prices are more affordable than the unit price. carry out direct interaction when a customer orders drinks or food right then and there

Keywords:

Promotion Strategy, Social Media, Advertising, Sales Promotion, Promotion Mix

DAFTAR ISI

<u>KATA PENGANTAR</u>	<u>iii</u>
<u>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</u>	<u>vi</u>
<u>TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</u>	<u>vi</u>
<u>ABSTRAK</u>	<u>vii</u>
<u>ABSTRACT</u>	<u>viii</u>
<u>DAFTAR ISI</u>	<u>ix</u>
<u>DAFTAR GAMBAR</u>	<u>xi</u>
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	<u>xii</u>
<u>1.1. Latar Belakang</u>	<u>1</u>
<u>1.2. Rumusan Masalah</u>	<u>6</u>
<u>1.3. Tujuan Penelitian</u>	<u>6</u>
<u>1.4. Manfaat Penelitian</u>	<u>6</u>
1.4.1. Teoritis	6
1.4.2. Praktis	6
<u>1.5. Sistematika Penelitian</u>	<u>6</u>
<u>BAB II KAJIAN PUSTAKA</u>	<u>8</u>
<u>2.1 Penelitian Terdahulu</u>	<u>8</u>
<u>2.2 Landasan Teori dan Landasan Konseptual</u>	<u>14</u>
2.2.1 Media Baru (<i>New Media</i>)	14
2.2.2 Pemasaran Digital	16
2.2.3 AISAS	17
2.2.4 Komunikasi Pemasaran	19
2.2.5 Konsep Promosi Penjualan	21
2.2.6 Strategi	22
2.2.7 Promosi	26
2.2.8 Pengertian Strategi Promosi	30
<u>2.3 Kerangka Berfikir</u>	<u>38</u>
Bagan Kerangka Berfikir	39
<u>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</u>	<u>40</u>
<u>3.1 Pendekatan Penelitian</u>	<u>40</u>
<u>3.2 Jenis Penelitian</u>	<u>41</u>
<u>3.3 Metode Penelitian</u>	<u>41</u>
<u>3.4 Sumber Informasi</u>	<u>42</u>
3.4.1 Key Informan	42
3.4.2 Informan	43
<u>3.5 Teknik Pengumpulan Data</u>	<u>43</u>
3.5.1 Data Primer	43

DAFTAR ISI

3.5.2	Data Sekunder	44
3.6	<u>Definisi Konseptual</u>	44
3.7	<u>Teknik Keabsahan Data</u>	46
3.8	<u>Teknik Pengolahan dan Analisis Data</u>	46
3.9	<u>Lokasi & Jadwal Penelitian</u>	48
<u>BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN</u>		48
4.1	<u>Gambaran Umum</u>	48
4.1.1	Sejarah Membumi Kopi	48
4.1.2	Visi dan Misi	50
4.1.3	Struktur Organisasi	50
4.1.4	Fasilitas Membumi Kopi	51
4.1.5	Logo Membumi Kopi.....	52
4.2	<u>Hasil Penelitian</u>	54
4.2.1	Profil Informan Penelitian	55
4.2.2	Peran <i>New Media</i> Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan	56
4.2.3	Penggunaan AISAS Sebagai Promosi @membumi_kopi Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan	58
4.2.4	Faktor Pendukung dan Penghambat	64
4.3	<u>Pembahasan Penelitian</u>	65
4.3.1	Analisis Strategi Promosi Pada @Membumi_Kopi Melalui Akun Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Wilayah Cipete Raya.....	70
<u>BAB V KESIMPULAN dan SARAN</u>		76
5.1	<u>Kesimpulan</u>	76
5.2	<u>Saran</u>	77
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>		78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2023	3
Gambar 1.2 Logo Membumi Kopi.....	4
Gambar 1.3 Instagram Membumi Kopi	5
Gambar 2.1 Logo Instagram	32
Gambar 4.1 Suasana di Kedai Kopi Membumi Kopi	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Membumi Kopi	50
Gambar 4.3 Logo Membumi Kopi.....	52
Gambar 4.4 Daftar Menu Membumi Kopi.....	53
Gambar 4.5 Salah Satu Menu Di Membumi Kopi.....	53
Gambar 4.6 Iklan Publikasi Membumi Kopi di Kabar BUMN	60
Gambar 4.7 Iklan Reels Instagram @membumi_kopi.....	61
Gambar 4.8 Paket Promosi penjualan Membumi Kopi	63



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI	80
Lampiran 2 Bukti SKPI.....	81
Lampiran 3 LAPORAN BIMBINGAN	82
Lampiran 4 Hasil Uji Turnitin.....	83
Lampiran 5 TRANSKIP WAWANCARA	84
Lampiran 6 Lampiran Dokumentasi Bersama Key Informan Bapak Syamsul Rizal	87
Lampiran 7 Lampiran Bersama Informan 1 Mas Rangga Prayoga Pada Tanggal 5 Januari 2024 Pukul 15.10 WIB	89
Lampiran 8 Lampiran Bersama Informan 2 Mas Febra Arya Sasmita Pada Tanggal 5 Januari 2024 pukul 18.51 WIB	90
Lampiran 9 RIWAYAT HIDUP	91

