



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MALAKA  
COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK KOPI  
SIGNATURE DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN**

**SKRIPSI**

**SITI SAILA AZIZAH**

**NPM. 203516516292**

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



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**UTILIZATION OF MALAKA COFFEE'S INSTAGRAM AS A  
SIGNATURE COFFEE PRODUCT PROMOTION MEDIA IN  
INCREASING CUSTOMER**

**THESIS**

**SITI SAILA AZIZAH**

**NPM. 203516516292**

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



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**UTILIZATION OF MALAKA COFFEE'S INSTAGRAM AS A  
SIGNATURE COFFEE PRODUCT PROMOTION MEDIA IN  
INCREASING CUSTOMER**

**THESIS**

**SITI SAILA AZIZAH**

**NPM. 203516516292**

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

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb.

Puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta kurnianya kepada penulis, sehingga dapat diselesaikannya perancangan tugas akhir ini dengan baik dan pada waktunya. Penulisan ditunjukkan untuk menyelesaikan tugas akhir, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, dengan judul yang diajukan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Malaka Coffee Sebagai Media Promosi Produk Kopi Signature Dalam Meningkatkan Pelanggan Di Kelapa Dua Wetan – Jakarta Timur.

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

4. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos.,M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Ibu Swastiningsih, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing tersayang yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Dr.Nurhasanah Haspiaini, M.Si., sebagai Dosen Akademik di Universitas Nasional yang selalu memberikan bantuan dan bimbingan pada perkuliahan.
9. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
10. Terima Kasih kepada Kedua Orang Tua & Keluarga yang telah memberikan dukungan material dan moral, yang selalu mendoakan agar perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar.
11. Terima Kasih untuk orang tersayang, yang sudah menjadi alasan saya mengerjakan skripsi ini dengan penuh semangat.

12. Heru Triatma Jaya Sinaga sebagai pemilik Kedai Malaka Kopi yang telah meluangkan waktu dan tempatnya sebagai informan penulis.

13. Terima kasih kepada seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkansatu persatu yang selalu memberikan dukungan & support selama penulis menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

14. Akhir kata penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk diri penulis dan orang lain yang membacanya.



Jakarta, 15 Febuari 2024

Siti Saila Azizah

## ABSTRAK

Nama : Siti Saila Azizah

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Malaka Coffee Sebagai Media Promosi Produk Kopi Signature Dalam Meningkatkan Pelanggan

Pembimbing : Swastiningsih, SE, M.Si.,

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menginvestigasi bagaimana Malaka Coffee memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan, terutama dalam konteks produk kopi signature, di Kelapa Dua Wetan, Jakarta Timur. Instagram telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran bisnis di era digital. Sebagai perwakilan dari industri makanan dan minuman, Malaka Coffee menghadapi persaingan sengit dan tantangan dalam menarik pelanggan. Dalam konteks ini, promosi menjadi sebuah aspek yang krusial bagi setiap perusahaan. Pesan promosi yang persuasif dan efektif menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen. Saat ini, Instagram bukan hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga menjadi media sosial yang berpotensi besar untuk kegiatan bisnis, terutama setelah suksesnya sebagai platform yang diminati oleh pengguna. Pemanfaatan Instagram telah memungkinkan Malaka Coffee untuk menciptakan konten visual yang menarik dan berkualitas, berinteraksi langsung dengan pelanggan, dan membangun komunitas online yang aktif. Melalui proses ini, penggunaan Instagram telah meningkatkan kesadaran akan produk, mendukung pertumbuhan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Media promosi merupakan salah satu strategi yang sangat disarankan bagi pelaku bisnis yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan media promosi, mereka dapat meningkatkan nilai produk, memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, mendapatkan lebih banyak calon pelanggan, dan mengingatkan pelanggan tentang produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Instagram @Malakakopi\_ Media Promosi, Pemanfaatan Media Sosial, Meningkatkan Pelayanan

## ABSTRACK

Name : Siti Saila Azizah

Study Program : Communication Science

Title : Utilization Of Malaka Coffee's Instagram As A  
Signature Coffee Product Promotion Media In Increasing Customer

Guide : Swastiningsih, SE, M.Si.,

This study seeks to investigate the utilization of Instagram as a marketing promotion tool at Malaka Coffee. Social media platforms, particularly Instagram, have emerged as vital components in contemporary business marketing strategies. Malaka Coffee, representing the food and beverage industry, grapples with intense competition and hurdles in customer attraction. Promotion constitutes an indispensable aspect of corporate operations. The primary objective of promotion is to craft compelling messages that effectively capture consumer attention. Given this reality, Instagram has evolved beyond being merely an entertainment platform and has become a fertile ground for conducting business activities, owing to its widespread popularity among users. Leveraging Instagram has empowered Malaka Coffee to create captivating and high-quality visual content, engage directly with clientele, and cultivate an active online community. Consequently, the utilization of Instagram has led to heightened product awareness, facilitated sales growth, and fortified relationships with customers. Promotional media stands out as the most recommended method for entrepreneurs seeking to expand their businesses. Strategies such as enhancing product value, furnishing customers with pertinent information, reaching out to a broader audience, and reinforcing product recall among customers are integral to successful promotional endeavors.

Keywords: Instagram @MalakaKopi\_ Promotional Media, Utilization of Social Media, Improving Service.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Siti Saila Azizah

NPM : 203516516292

Program Studi : Ilmu Komunikasi – Public Relations

Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MALAKA KOPI  
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK KOPI SIGNATURE DALAM MENINGKATKAN  
PELANGGAN

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

Ketua Sidang Pembimbing Penguji Penguji

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Ibu Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si

Penguji I : Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.S.i

Penguji II : Ibu Swastingsih, SE, M.S.i

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 20 Februari 2024



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Saila Azizah

NPM : 203516526292

Skripsi : Pemanfaatan media sosial instagram Malaka coffee sebagai media promosi produk kopi signature dalam meningkatkan pelanggan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. 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 Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 3 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Siti Saila Azizah



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Sili Saira Azizah  
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516292  
Jurusan : Ilmu Komunikasi – Public Relations  
Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM MALAKA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK KOPI SIGNATURE DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan pefunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Febuari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 02 Maret 2024

Ketua Sidang : Ibu Dr. Nurhasanah Haspiani, M.Si

Penguji I : Ibu Dr. Sri Desti Purwatingsih, M.Si

Penguji II : Ibu Swastiningsih, SE, M.Si.,

Keterangan :

\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN**  
**ILMUPOLITIK**

**FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Siti Sailsa Azizah  
NPM : 203516526292  
Program Studi : Ilmu Komunikasi Public Relations  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Malaka Coffee  
Sebagai Media Promosi Produk Kopi Signature Dalam  
Meningkatkan Pelanggan  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Nasional.

Disahkan sebagai skripsi  
Jakarta, 03 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Swastiningsih. S.E., M.Si.**

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



PROGRAM STUDI ILMU  
KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU  
SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Saila Azizah  
NPM : 203516516292  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : Pemanfaatan media sosial instagram Malaka coffee sebagai media promosi produk kopi signature dalam meningkatkan pelanggan

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan Sebagai skripsi  
Jakarta, 03 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Swastiningsih, S.E., M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>j</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	10
2.2 Kerangka Konsep.....	15
2.2.1 Bauran Promosi .....	15
2.2.2 Pemanfaatan Media Sosial .....	16
2.2.3 Promosi.....	22
2.2.4 Instagram .....	24
2.3 Kerangka Teori .....	36
2.3.1 New media .....	36
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	42
3.2 Penentuan Informan .....	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.1 Observasi .....	44
3.3.2 Wawancara .....	45
3.3.3 Dokumentasi.....	45
3.4 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data .....	45
3.4.1 Reduksi Data .....	46
3.4.2 Penyajian Data.....	46

3.4.3	Penarikan Kesimpulan .....	46
3.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>48</b>
4.1	Gambaran Umum.....	48
4.1.1	Sejarah Malaka Kopi .....	48
4.1.2	Jam Operasional Malaka Kopi.....	49
4.1.3	Struktur Organisasi Malaka Kopi .....	49
4.1.4	Visi dan Misi Kedai Malaka Kopi .....	50
4.1.5	Logo dan Menu Pada Malaka Kopi.....	50
4.1.6	Media Sosial Instagram Malaka Kopi.....	58
4.2	Tujuan Pembuatan Kedai Malaka Kopi .....	63
4.2.1	Periklanan .....	63
4.2.2	Personal Selling .....	65
4.2.3	Publisitas .....	66
4.2.4	Promosi Penjualan.....	68
4.3	Konsep Pemanfaatan Media Sosial .....	69
4.4	Konsep Peranan Media Sosial.....	74
4.4.1	Promosi.....	74
4.4.2	Media Sosial .....	75
4.4.3	New Media.....	77
4.5	Pembahasan .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>87</b>
5.1	Kesimpulan .....	87
5.2	Saran .....	88
5.5.1	Saran Akademis .....	88
5.5.2	Saran Praktis .....	88
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>		<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>91</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk signature Malaka Kopi .....	6
Gambar 1.3 Data Pengunjung Malaka Kopi Januari – Desember 2023 .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Malaka Kopi .....	52
Gambar 4.2 Logo Malaka Kopi.....	53
Gambar 4.3 Produk Kopi Signature.....	54
Gambar 4.4 Cara Pembuatan Produk Kopi Signature.....	54
Gambar 4.5 Makanan Malaka Kopi.....	55
Gambar 4.6 Minuman Malaka Kopi.....	56
Gambar 4.7 Profile Instagram Malaka Kopi.....	57





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi Di daerah Kelapa Dua Wetan – Jakarta Timur.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penugasaan Dosen Pembimbing

Lampiran 2 Surat Permohonan Wawancara

Lampiran 3 Surat Pengajuan Penelitian

Lampiran 4 Hasil Plagiarisme

Lampiran 5 Hasil surat keterangan pendamping ijazah

Lampiran 6 lembar konsultasi APPSTA

Lampiran 7 Draft Transkrip Wawancara Lampiran 8 Observasi

Lampiran 9 Dokumentasi Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

