



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN INSTAGRAM
KAFE @HOMIE.COZIE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

FAUZAN HATIB TUASAMU

NPM: 203516516459

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



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN INSTAGRAM
KAFE @HOMIE.COZIE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKIRPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom.)**

FAUZAN HATIB TUASAMU

NPM: 203516516459

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
AGUSTUS 2024**



NASIONAL UNIVERSITY

**UTILIZATION INSTAGRAM
KAFE @HOMIE.COZIE AS MEDIA PROMOTION**

THESIS

Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor's Degree in
Communication science (S.I.Kom.)

FAUZAN HATIB TUASAMU

NPM: 203516516459

COMMUNICATION SCIENCE

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

AGUSTUS, 2024

HALAMAN PERYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama	: Fauzan Hatib Tuasamu
NPM	: 203516516459
Tanda Tangan	
Tanggal	: 8 Agustus





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Fauzan Hatib Tuasamu
NPM : 203516516459
Program Studi : Ilmu Komunikasi *Public Relations*
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Kafe @homie.cozie
Sebagai Media Promosi
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas
Nasional

Disahkan sebagai skripsi,

Jakarta, 27 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Yudha Pradhana, S.I.Kom., M.Si

Dekan FISIP

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Fauzan Hatib Tuasamu
NPM : 203516516459
Program Studi : Ilmu Komunikasi *Public Relations*
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Kafe @homie.cozie
Sebagai Media Promosi
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas
Nasional
Disetujui untuk diajukan,
Jakarta, 08 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Yudha Pradhana, S.I.Kom., M.Si

Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si



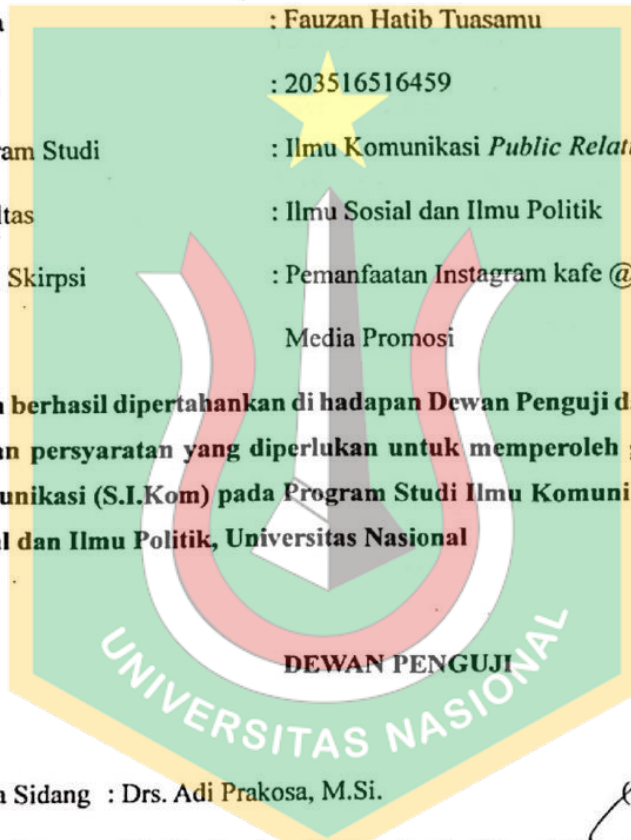
UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini di ajukan oleh :

Nama : Fauzan Hatib Tuasamu
NPM : 203516516459
Program Studi : Ilmu Komunikasi *Public Relations*
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram kafe @homie.cozie sebagai
Media Promosi

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



Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji I : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos.,M.Si (.....)

Penguji II : Yudha Pradhana, S.I.Kom., M. Si. (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024

ABSTRAK

Nama : Fauzan Hatib Tuasamu

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Kafe @homie.cozie Sebagai Media

Promosi

Pembimbing : Yudha Pradhana, S.I.Kom., M. Si.

Pertumbuhan sektor teknologi informasi yang eksponensial tentu saja memberikan keuntungan yang signifikan bagi kemajuan peradaban manusia., baik untuk keperluan pribadi, mendokumentasikan kegiatan sehari-hari, maupun untuk keperluan profesional. Penelitian menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan mendeskripsikan dari pemanfaatan media sosial Instagram kafe Homie Cozie sebagai komunikasi pemasaran. Penelitian ini melibatkan penggunaan kata-kata tertulis untuk menggambarkan hasil wawancara dengan subjek penelitian. Selain merinci hasil wawancara, Peneliti juga menjelaskan dokumen yang ditemukan selama observasi serta menggambarkan hasil observasi. Dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi dan menerapkan *teori promotional mix*, kafe Homie Cozie berhasil mencapai peningkatan yang signifikan dalam keterlihatannya dan popularitasnya. Penggunaan elemen-elemen *promotional mix* seperti *iklan visual* yang menarik, promosi penjualan melalui diskon khusus untuk pengikut Instagram, serta hubungan masyarakat yang baik dengan kolaborasi *food vlogger* telah membuahkan hasil yang memuaskan. Strategi ini berhasil meningkatkan jumlah pengikut Instagram secara signifikan, dan juga mampu membuat kafe ini bertahan selama 4 tahun dan terus berkembang yang dari awal hanya sebatas ruko sekarang menjadi tempat yang mempunyai area *rooftop*, *indoor* dan *outdoor*, bahkan kafe ini mampu membuat kafe-kafe yang lain yang berada di sekitarnya gulung tikar atau beralih menjadi tempat lain.

Kata kunci:

Instagram, Media promosi, *Promotional Mix*, Bisnis

ABSTRACT

Name : Fauzan Hatib Tuasamu
Study Program : Communication Science
Thesis : Utilization Instagram Kafe @homie.cozie As Media
Promotion
Advisor : Yudha Pradhana, S.I.Kom., M. Si.

The exponential growth of the information technology sector certainly provides significant benefits for the advancement of human civilization, both for personal needs, documenting daily activities, and for professional purposes. The study uses a qualitative research approach by describing the use of social media Instagram cafe Homie Cozie as marketing communication. This study involves the use of written words to describe the results of interviews with research subjects. In addition to detailing the results of the interviews, the researcher also explains the documents found during the observation and describes the results of the observations. By utilizing Instagram as a promotional medium and applying the promotional mix theory, the Homie Cozie cafe has succeeded in achieving a significant increase in its visibility and popularity. The use of promotional mix elements such as attractive visual advertisements, sales promotions through special discounts for Instagram followers, and good public relations with food vlogger collaborations have produced satisfactory results. This strategy has succeeded in increasing the number of Instagram followers significantly, and has also been able to make this cafe survive for 4 years and continue to grow, which from the beginning was only a shophouse, now a place that has a rooftop, indoor and outdoor areas, even this cafe is able to make other cafes in the surrounding area go bankrupt or switch to other places.

Key word:

Instagram, Promotional Media, Promotional mix, Business

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanya bagi Allah SWT, karena atas nikmat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

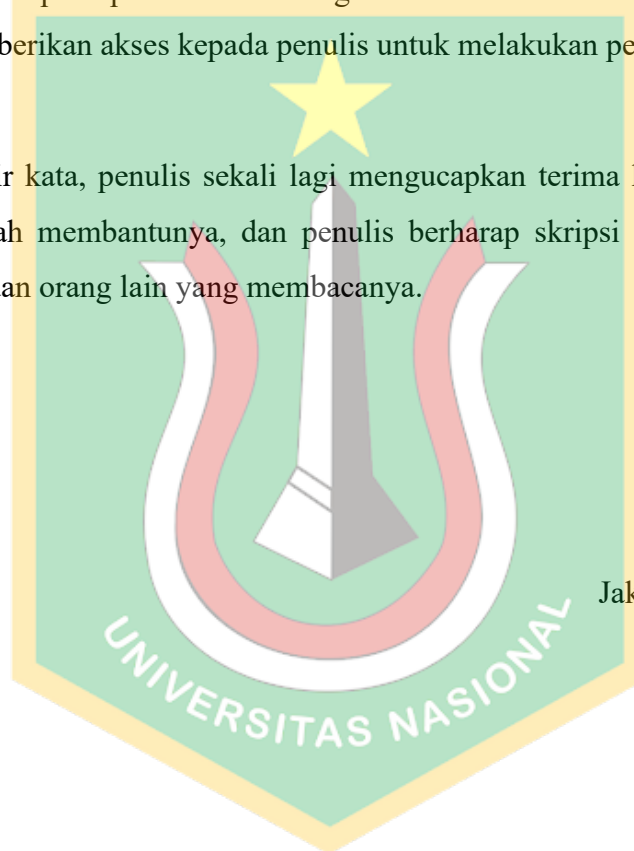
Skripsi ini, dengan judul “*Pemanfaatan Instagram kafe @homie.cozie sebagai media promosi*”. Penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Nasional

Pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan makalah ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
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 Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos.,M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus dosen pembimbing akademik.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Bapak Yudha Pradhana, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.

9. Bapak Muhamad Saleh Tuasamu dan Ibu Kudusia Sahartira sebagai orang tua dari penulis yang sangat penulis sanyangi yang selalu mendukung dan mendoakan penulis saat mengerjakan proposal skripsi.
10. Dan kepada adik penulis Abdul Rahman Tuasamu karena telah membantu Ketika penulis mendapatkan kesulitan di dalam penulisan seminar proposal.
11. Dan juga kepada para sahabat saya Sahurah Danis, Aul, Jihan, Denisa, Hadi, dan Rafi yang telah membantu penulis Ketika penulis membutuhkan bantuan
12. Tidak lupa kepada Talitha sebagai owner dari Café Homie Cozie yang telah memberikan akses kepada penulis untuk melakukan penelitian

Akhir kata, penulis sekali lagi mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantunya, dan penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan orang lain yang membacanya.



Jakarta 8 Agustus 2024

Fauzan Hatib Tuasamu

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi).....	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	21
2.3.1 Pemanfaatan.....	21
2.3.2 Instagram.....	22
2.2.3 Promosi	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28

3.2 Pendekatan Penelitian	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1 Wawancara	30
3.3.2 Observasi.....	30
3.3.3 Kepustakaan.....	31
3.4 Penentuan Sumber Informasi	31
3.4.1 Key Informan	31
3.4.2 Informan.....	31
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.7 Lokasi Penelitian.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	35
4.1.1 Sturktur Organisasi	38
4.1.2 Lokasi Penelitian.....	39
4.2 Deskrpsi Subjek penelitian.....	39
4.3 Hasil Analisis Penelitian	40
4.3.1 Instagram Sebagai Media Promosi.....	41
4.3.2 <i>Promotional Mix</i> (Bauran Promosi).....	43
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Hambatan Dalam melakukan promosi di Instagram	76
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Penjualan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	10
Tabel 2.2 Kerangka pemikiran	27
Tabel 3.1 Jadwal penelitian.....	33
Tabel 4.1 Struktur kafe Homie Cozie.....	38
Tabel 4.2 Daftar nama infroman	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platrom media sosial pengguna aktif terbanyak 2023	3
Gambar 1.2 Kafe yang berada di kalisari.....	5
Gambar 1.3 Perkembangan kafe @homie.cozie	6
Gambar 1.4 Menu best seller yang ada @homie.cozie	7
Gambar 2.2 Promotional Mix	15
Gambar 4.1 Logo kafe Homie Cozie	35
Gambar 4.2 Penjelasan mengenai sejarah Homie Cozie.....	36
Gambar 4.3 Profil akun Instagram kafe @homie.cozie	37
Gambar 4.4 Lokasi penelitian	39
Gambar 4.5 Penggunaa Instagram Story.....	41
Gambar 4.6 Kolaborasi dengan infulencer.....	43
Gambar 4.7 Konten iklan oleh @nadi_ngopi	45
Gambar 4.8 kolaborasi.....	47
Gambar 4.9 Iklan menu.....	49
Gambar 4.10 Pembelian kupon belanja	52
Gambar 4.11 Promosi makan siang	53
Gambar 4.12 Barista Call.....	55
Gambar 4.13 Kuis Homie Cozie.....	59
Gambar 4.14 Live akustik.....	61
Gambar 4.15 Copywriting Homie Cozie	62
Gambar 4.16 Kritik dan masukan oleh pelanggan	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat penugasan pembimbing skirpsi.....	86
Lampiran 2: Hasil wawancara penelitian skirpsi	87
Lampiran 3: Hasil wawancara.....	93
Lampiran 4: Hasil wawancara.....	96
Lampiran 5: Hasil wawancara.....	98
Lampiran 6: Dokumentasi wawancara.....	100
Lampiran 7: Dokumentasi wawancara.....	101
Lampiran 8: Dokumentasi wawancara.....	102
Lampiran 9: Dokumentasi wawancara.....	103
Lampiran 10: Daftar riwayat hidup.....	104
Lampiran 11: Hasil Turnitin.....	105
Lampiran 12: Persetujuan SKPI.....	106
Lampiran 13: Laporan bimbingan.....	107

