



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
UNCLEBREW DALAM MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu**

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

**Asis Setiarini**

**193516516194**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2023**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION STRATEGY  
OF UNCLEBREW IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**

**THESIS**

**Submitted as One Of The Requirements For Obtaining A Bachelor's Degree  
In Communication Science (S.I.Kom)**

**Asis Setiarini**

**193516516194**

**FACULTY OF POLITICAL AND SOCIAL SCIENCE  
DEPARTEMENT SCIENCE OF COMMUNICATION**

**2023**



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

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Asis Setiarini  
NPM : 193516516194  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu @Unclebrew.Kopi  
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Dan *Brand Loyalty*  
Konsumen Melalui Media Sosial *Instagram*  
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, 2 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Drs. Adi Prakosa, MSi



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Asis Setiarini  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516194  
Jurusan : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew  
Dalam Media Sosial *Instagram*

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 17 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 23 Februari 2023

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Penguji I : Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si

Penguji II : Dr. Sri Desti Purwatiningih, 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 ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Asis Setiarini  
NPM : 193516516194  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew Dalam Media Sosial *Instagram*.  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Disetujui,

Jakarta, 23 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.



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

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asis Setiarini  
NPM : 193516516194  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew Dalam Media Sosial *Instagram*.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan 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 dikemudian 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, 23 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,

Asis Setiarini



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

### **ABSTRAK**

Nama : Asis Setiarini  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew Dalam Media Sosial *Instagram*.

<b>Kata Kunci</b>	<p>Strategi komunikasi pemasaran dilakukan untuk menyebarkan suatu informasi pada usaha/produk/jasanya, serta meningkatkan penjualan, untuk melakukan pendekatan dengan cara mempublikasikan usaha/produk/jasanya kepada target pasar melalui suatu media. Pada strategi komunikasi, terdapat bauran strategi komunikasi pemasaran terpadu yang diperlukan sebagai acuan keberlangsungan aktivitas komunikasi kepada para target pasar guna menghindari aktivitas komunikasi yang tidak terarah. <i>Unclebrew</i> menggunakan media sosial <i>Instagram</i> sebagai alat komunikasi pemasaran kepada para konsumennya.</p> <p>Penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew Dalam Media Sosial <i>Instagram</i>”, memiliki rumusan masalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu Unclebrew dalam media sosial <i>Instagram</i>. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu Unclebrew dalam media sosial <i>Instagram</i>. Metode pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan <i>Unclebrew</i> hanya menggunakan tiga dari lima elemen bauran strategi komunikasi pemasaran terpadu yaitu Periklanan (<i>advertising</i>), Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>), Hubungan Masyarakat (<i>public relations</i>). Yang mana untuk pelaksanaan pemasarannya masih fokus pada Promosi Penjualan (<i>sales promotion</i>) yang menawarkan berbagai potongan harga dan adanya bantuan <i>Influencer</i> dikarenakan salah satu pemiliknya merupakan seorang <i>Influencer</i> juga.</p>
Pembimbing	Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si



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

**ABSTRACT**

Nama : Asis Setiarini  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Judul : Integrated Marketing Communication Strategy Of Unclebrew In Social Media Instagram

<p><b>Key Words</b></p> <p>Integrated Marketing Communication Strategy, Social Media Instagram, Advertising, Sales Promotion, Public Relations.</p>	<p>The marketing communication strategy is carried out to disseminate information about the business/product/service, as well as increase sales, taking an approach by way of publicizing the business/product/service to the target market through a media. In the communication strategy, there is a mix of integrated marketing communication strategy which is needed as a reference for the continuity of communication activities to the target market in order to avoid directional communication activities. Unclebrew uses Instagram social media as a marketing communication tool to it's consumers.</p> <p>Research with the title "Integrated Marketing Communication Strategy Of Unclebrew In Social Media Instagram ", has a problem formulation of how Integrated Marketing Communication Strategy Of Unclebrew In Social Media Instagram. The purpose of this study was to determine Integrated Marketing Communication Strategy Of Unclebrew In Social Media Instagram. The method in this research is descriptive qualitative research.</p> <p>The results of this study indicate that Unclebrew only uses three of the five elements of the integrated marketing communication strategy mix namely Advertising, Sales Promotion, Public Relations. The marketing implementation is still focused on Sales Promotion which offers various discounts and Influencer assistance because one of the owners is an Influencer as well.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si</p>



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami ucapkan kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat-Nya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Penelitian ini, dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew Dalam Media Sosial *Instagram*”** ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak pada penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Army Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus ketua sidang skripsi yang telah membantu memberikan masukan dan nasihat dalam penyusunan skripsi peneliti.

6. Nursatyo, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Agus Salim, M.I.Kom selaku Dosen pembimbing akademik yang telah membantu memberikan saran dan diskusi untuk kepentingan akademik selama masa perkuliahan.
8. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si selaku Dosen pembimbing satu skripsi baik hati yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dengan sabar dan memberikan saran, kritik, serta diskusi yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.kom selaku Dosen Pembimbing dua skripsi, yang telah membantu memberikan saran, kritik, serta diskusi yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji satu yang telah membantu memberikan masukan dan nasihat dalam penyusunan skripsi peneliti.
11. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terutama Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada peneliti.
12. Bapak Sistoro dan Mama Turini yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a terbaik nya sebagai Orang Tua yang selalu setia menemani peneliti.
13. Yoga Pramadhana selaku *owner* Unclebrew yang sudah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.

14. Seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini, telah menyempatkan waktu untuk penulis ganggu di waktu mereka yang cukup padat.

15. Kim Hanbin selaku idol Korea Selatan kesayangan penulis yang selalu menemani kesunyian malam melalui musik nya dikala penulis mulai kehilangan motivasi.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu wa ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua terutama bagi Ilmu Komunikasi.



Jakarta, 20 Desember 2022

**Asis Setiarini**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5. Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	14

2.2. Landasan Teoritis.....	21
2.2.1. Teori Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	21
2.3. Landasan Konseptual .....	23
2.3.1. Media Baru .....	23
2.3.2. <i>Instagram</i> .....	26
2.3.3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	27
2.3.4. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	30
2.4. Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1. Pendekatan Penelitian.....	35
3.2. Jenis Penelitian .....	35
3.3. Metode Penelitian.....	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1. Data Primer.....	37
3.4.2. Data Sekunder .....	39
3.5. Penentuan <b>Key Informan</b> dan Informan .....	40
3.6. Definisi Konseptual .....	42
3.7. Teknik Keabsahan Data .....	43
3.8. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	44
3.9. Waktu dan Tempat Penelitian .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
4.1. Gambaran Objek Penelitian.....	47
4.1.1. Sejarah Unclebrew .....	47

4.1.2. Logo dan Inspirasi Nama Unclebrew .....	48
4.1.3. Gambaran Umum Unclebrew .....	49
4.2. Analisis Hasil Penelitian.....	52
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Unclebrew .....	52
4.3. Pembahasan .....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah <i>Followes Instagram</i> Unclebrew, <i>Golden Black Coffee</i>, <i>Stuja Coffee</i>, <i>Kopi Domu</i> .....</b>	<b>7</b>
<b>Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....</b>	<b>46</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Persentase Penikmat Kopi di Indonesia Tahun 2019 .....	4
Gambar 1.2 Perbandingan <i>Content Feeds Instagram @unclebrew.kopi,</i> <i>@goldenblack.coffee, @stujacoffee, @kopidomu</i> .....	6
Gambar 4.1 Logo Unclebrew .....	48
Gambar 4.2 Profil <i>Instagram @unclebrew.kopi</i> .....	49
Gambar 4.3 Iklan Unclebrew Bersama <i>Brand Fitbar</i> dan <i>Brand Steggo</i> .....	54
Gambar 4.4 Promosi Penjualan Unclebrew di Media Sosial <i>Instagram</i> .....	59
Gambar 4.5 Promosi Penjualan Unclebrew Bersama <i>Influencer</i> .....	63
Gambar 4.6 Pemberian Informasi Melalui <i>Instagram</i> Unclebrew .....	72
Gambar 4.7 Interaksi Unclebrew Dengan <i>Followers Instagram</i> .....	74
Gambar 4.8 Aktivitas <i>Reposting</i> Media Sosial <i>Instagram</i> Unclebrew .....	75





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 2 : Surat Penugasan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Surat Pengajuan Penelitian
- Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 : Daftar Pertanyaan Wawancara Informan
- Lampiran 6 : Transkrip Hasil Wawancara
- Lampiran 7 : Dokumentasi Pada Saat Wawancara
- Lampiran 8 : Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

