



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN FLASH
COFFEE INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI

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

Fauzani Rahman

NPM. 183112351650239

**KONSENTRASI PERIKLANAN
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2023**



NATIONAL UNIVERSITY

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF
INDONESIAN FLASH COFFEE THROUGH INSTAGRAM
SOCIAL MEDIA**

THESIS

Submitted as one to obtain Bachelor Degree Of Communication Science
(S.I.Kom)

Fauzani Rahman

NPM. 183112351650239

**ADVERTISING CONCENTRATION
COMMUNICATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE POLITICAL SCIENCE
2023**

PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fauzani Rahman
NPM : 183112351650239
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia Melalui Media Sosial Instagram
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 23 Agustus 2023

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik


Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom


Dr. Erna Endangwati Chotim, M.Si.



HALAMAN PENGESAHAN






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

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Fauzani Rahman
NPM : 183112351650239
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia
Melalui Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Khairul Fuad, M.A ()
Pembimbing I/Penguji I : Dra. Masnah, M.Si ()
Pembimbing II/Penguji II : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11/Agustus/2023

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fauzani Rahman
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650239
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia
Melalui Media Sosial Instagram

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 11 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 9 September 2023....

Ketua Sidang : Drs. Khairul Fuad, M.A

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

Penguji II : Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom

Keterangan :

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

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fauzani Rahman
NPM : 183112351650239
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee
Indonesia 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, 28 Juli 2023

Dosen Pembimbing



Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Drs. Adi Prakosa, M.Si

PENUGASAN BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

JL. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 223/D/X/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Fauzani Rahman
Nomor Pokok : 183112351650239
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Periklanan

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 4 Maret 2023
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fauzani Rahman

NPM : 183112351650239

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia
Melalui 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, 4 September 2023

Yang membuat pernyataan



Fauzani Rahman

ABSTRAK

Nama : Fauzani Rahman
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia
Melalui Media Sosial Instagram

| | |
|---|--|
| Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Promosi, Instagram | <p>Strategi komunikasi pemasaran di media sosial memiliki dampak besar di dunia digital karena dapat memfasilitasi umpan balik pengguna dan dapat digunakan sebagai media yang cocok untuk kegiatan pemasaran. Media sosial dapat digunakan sebagai tempat untuk mempromosikan suatu produk secara online dan media sosial memiliki manfaat yang sangat besar dalam kegiatan pemasaran suatu produk secara online. Kopi merupakan sebuah olahan minuman yang menggunakan biji kopi sebagai bahan dasar utamanya. Secara umum, kopi merupakan minuman yang sangat mudah untuk diolah yaitu dengan cara menghaluskan biji kopi dan dicampurkan dengan air panas. Namun seiring berkembangnya zaman, kopi mengalami banyak perkembangan dalam pengolahannya, sehingga kopi terus menjadi salah satu minuman yang trend dan diminati oleh semakin banyak orang. Dengan meningkatnya demand akan minuman kopi, maka semakin berkembang upaya bisnis dibidang penjualan kopi. Tujuan dari melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa sosial media Instagram berguna sebagai media pemasaran untuk produk Flash Coffee. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan pengumpulan data sekunder untuk menghasilkan data yang akurat dan dapat diolah sehingga dapat menjadi informasi yang bermanfaat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Integrated Marketing Communication. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa media sosial Instagram sangat bermanfaat bagi Flash Coffee dalam meningkatkan brand awareness, memanfaatkan mention sebagai natural influencer, Instagram juga memiliki fitur yang sangat bermanfaat bagi upaya promosi seperti Insight, Story, Feeds, Highlight, dan Reels. Didapati juga bahwa engagement follower terus meningkat jika content yang dikembangkan juga mengikuti trend pasar.</p> |
| Pembimbing | Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. |

ABSTRACT

Name : Fauzani Rahman

Study program : Communication Science

Thesis Title : Marketing Communication Strategy Flash Coffee

Indonesia via Instagram

| | |
|---|--|
| <p>Keyword: Marketing Communication Strategy, Promotion, Instagram</p> | <p>Marketing communication strategies on social media have a big impact in the digital world because they can facilitate user feedback and can be used as a suitable medium for marketing activities. Social media can be used as a place to promote a product online and social media has enormous benefits in marketing a product online. Coffee is a processed drink that uses coffee beans as its main ingredient. In general, coffee is a drink that is very easy to prepare, namely by grinding coffee beans and mixing them with hot water. However, over time, coffee has undergone many developments in its processing, so that coffee continues to be a trending drink and is in demand by more and more people. With the increasing demand for coffee drinks, business efforts in the field of coffee sales are growing. The purpose of conducting this research is to find out that social media Instagram is useful as a marketing medium for Flash Coffee products. This research is a qualitative descriptive study using interviews, observation, and secondary data collection to produce data that is accurate and can be processed so that it can become useful information. The theory used in this study is Integrated Marketing Communication Theory. From the research results it was found that Instagram social media is very useful for Flash Coffee in increasing brand awareness, utilizing mentions as natural influencers, Instagram also has features that are very useful for promotional efforts such as Insights, Stories, Feeds, Highlights, and Reels. It was also found that follower engagement continues to increase if the content developed also follows market trends.</p> |
| <p>Mentor</p> | <p>Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom.</p> |

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, berkat dan rahmat dan karunianya yang telah memberikan saya kesehatan. Tak lupa Sholawat serta salam saya junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Flash Coffee Indonesia Melalui Media Sosial Instagram” Dalam penyusunan Skripsi ini, saya menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan demi terciptanya Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, peneliti ingin mengucapkan terimakasih 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 (FISIP) Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan memberikan motivasi sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
4. Agus Salim, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing skripsi yang sepenuh hati telah membimbing dan

meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta memberi masukan untuk kemajuan peneliti selama penyusunan skripsi.

5. Kedua orang tua penulis Krisyanto dan Maskanah, yang telah memberikan dukungan yang tiada hentinya baik moril maupun materil untuk peneliti agar tetap semangat dalam menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
6. Ucapan terima kasih untuk pihak perusahaan Flash Coffee Indonesia yang telah banyak membantu perolehan data untuk penelitian ini.
7. Teman teman terdekat di rumah Hendro Tri Suseno, Achmad Rizky Fauzi, Galih Dwi Pangestu, Fajar Rizki Utomo yang sudah membantu, menemani, mendukung, dan juga sebagai tempat untuk berkeluh kesah selama penulis melakukan penelitian.
8. Teman teman terdekat di kampus Rifaldi, Muhammad Reynaldi, Jebriel Hawar yang telah memberikan support kepada penulis selama penelitian ini berlangsung
9. Seluruh teman Ilmu Komunikasi 2018, sebagai teman seperjuangan di Universitas Nasional.
10. Seluruh Staff Universitas Nasional yang berperan penting dalam membantu kegiatan perkuliahan peneliti sebagai mahasiswa Universitas Nasional.

Jakarta, 11 Oktober 2022

Penulis

Fauzani Rahman

DAFTAR ISI

| | |
|---|---------------------------------------|
| PENGESAHAN SKRIPSI | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI | iii |
| FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI | iv |
| PENUGASAN BIMBINGAN SKRIPSI | v |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat penelitian..... | 8 |
| 1.5 Sistematika penulisan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2 Landasan Teori | 16 |
| 2.3 Teori Integrated Marketing Communication (IMC) | 16 |
| 2.4 Konsep..... | 20 |
| 2.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran..... | 20 |
| 2.4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu | 25 |
| 2.4.3 Brand Awareness..... | 26 |
| 2.4.4 Promosi..... | 27 |
| 2.4.5 Media Sosial..... | 27 |
| 2.4.6 Instagram | 31 |
| 2.5 Konsep <i>New Media</i> | 34 |
| 2.6 Teori AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)..... | 36 |
| 2.7 Kerangka Berpikir | 39 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 40 |
| 3.2 Subjek dan Objek Penelitian | 41 |
| 3.3 Data dan Teknik Pengambilan Data..... | 41 |
| 3.3.1 Data | 41 |
| 3.3.2 Data Primer | 41 |
| 3.3.3 Data Sekunder | 42 |
| 3.4 Teknik Pengambilan Data | 42 |
| 3.5.1 Key Informan (Narasumber Kunci) | 44 |
| 3.5.2 Informan (Narasumber Pelengkap) | 44 |
| 3.6 Teknik Keabsahan Data | 44 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 45 |
| 3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian | 46 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 48 |
| 4.1 Gambaran Umum Latar Penelitian..... | 48 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT Sembilan Puluh Enam Derajat (Flash Coffee Indonesia)..... | 48 |
| 4.1.2 Produk Flash Coffee..... | 49 |
| 4.1.3 Visi Dan Misi Flash Coffee..... | 51 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi Flash Coffee | 52 |
| 4.1.5 Gambaran Isi Media Flash Coffee | 52 |
| 4.2 Profile Informan Penelitian | 56 |
| 4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian..... | 57 |
| 4.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Promosi Produk Flash Coffe | 57 |
| 4.3.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu Flash Coffee | 59 |
| 4.3.3 Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Promosi | 65 |
| 4.3.4 Teori AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Produk Flash Coffee | 69 |
| 4.4 Pembahasan..... | 74 |
| BAB V PENUTUP | 79 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 79 |
| 5.2 Saran..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA | 82 |
| LAMPIRAN..... | 86 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 39 |
| Tabel 3.1 Perencanaan Jadwal Penelitian | 47 |
| Tabel 4.1 Produk Flash Coffee..... | 51 |
| Tabel 4.2 Profile Informan Penelitian..... | 56 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Instagram Flash Coffee Indonesia | 5 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| Gambar 4.1 Logo Flash Coffee | 48 |
| Gambar 4.2 Logo Flash Coffee | 49 |
| Gambar 4.3 Struktur Organisasi Flash Coffee | 52 |
| Gambar 4.4 Akun Instagram Flash Coffee..... | 53 |
| Gambar 4.5 Akun Instagram Flash Coffee..... | 54 |
| Gambar 4.6 Situs Web Flash Coffee | 55 |
| Gambar 4.7 Situs Web Flash Coffee | 56 |
| Gambar 4.8 Promosi Flash Coffee | 60 |
| Gambar 4.9 Promosi Flash Coffee | 61 |
| Gambar 4.10 Postingan Informatif Flash Coffee | 62 |
| Gambar 4.11 Gambar Challenge Flash Coffee | 63 |
| Gambar 4.12 Postingan Instagram Flash Coffee yang sedang melaksanakan open both..... | 64 |
| Gambar 4.13 Promosi dan Caption foto Flash Coffee | 67 |
| Gambar 4.14 Unggahan ulang story pelanggan Flash Coffee..... | 68 |

