



NATIONAL UNIVERSITY

The utilization of Instagram social media by Coffeeshop Bajawa Flores NTT as a promotional tool to attract followers' interest for making purchases.

THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of Communication
Science degree. (S.I.Kom)

**TANGGUH YUDA PERMANA
193516416694**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCES AND POLITICAL
SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
2023**



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* OLEH
COFFEESHOP BAJAWA FLORES NTT SEBAGAI SARANA
PROMOSI DALAM MENARIK MINAT *FOLLOWERS*
UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**TANGGUH YUDA PERMANA
193516416694**

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

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tangguh Yuda Permana
NPM : 193516416694
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Coffeeshop Bajawa Flores NTT Sebagai Sarana Promosi Dalam Menarik Minat Followers Untuk Melakukan Pembelian
Diajukan Untuk : Memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan,
Jakarta, 29 Agustus 2023

Dosen Pembimbing,


(Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.)

Dekan




Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

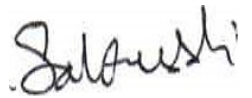
Nama : Tangguh Yuda Permana
NPM : 193516416694
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Evaluasi Program Kerja Kartu Lansia Jakarta Dalam Mengatasi Kesejahteraan Masyarakat Lansia di Suku Dinas Sosial Kota Administrasi Jakarta Barat Tahun 2022

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

Ketua Sidang

Sahrudin lubis, S.IP., MA.

Ttd



Pembimbing I/Penguji I

Nursatyo, S.Sos., M.Si

Ttd



Pembimbing II/Penguji II

Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Ttd



Ditetapkan di • Jakarta

Tanggal :02/09/2023





UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tangguh Yuda Permana
NPM : 193516416694
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Coffeeshop Bajawa Flores NTT Sebagai Sarana Promosi Dalam Menarik Minat Followers Untuk Melakukan Pembelian

Diajukan Untuk : Memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

Disetujui untuk diajukan,
Jakarta, 27 Juli 2023

Dosen Pembimbing

(Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si)

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

(Drs. Adi Prakosa, M.Si)



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tangguh Yuda Permana
NPM : 193516416694
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Coffeeshop Bajawa Flores NTT Sebagai Sarana Promosi Dalam Menarik Minat Followers Untuk Melakukan Pembelian

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 ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 10 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan



Tangguh Yuda Permana

ABSTRAK

Nama : Tangguh Yuda Permana
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh *Coffeeshop* Bajawa Flores Ntt Sebagai Sarana Promosi Dalam Menarik Minat Followers Untuk Melakukan Pembelian

Kata kunci Pemanfaatan Media, minat pembelian, strategi.	Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi yang digunakan oleh <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat media promosi untuk menarik minat followers dalam melakukan pembelian. Penelitian ini menggunakan Teori New Media sebagai dasar analisis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan Studi Kasus untuk memahami secara mendalam konteks dan kompleksitas strategi promosi yang diterapkan. Key informan dalam penelitian ini adalah seorang manager yang memiliki kompetensi di bidang tersebut, dan informan pokoknya adalah pengguna media sosial yang mengikuti akun <i>@kopibajawaflores.id</i> di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT berhasil menggunakan platform Instagram secara efektif untuk mempromosikan produk dan meningkatkan minat para pengikut instagramnya untuk melakukan pembelian. <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT berhasil meningkatkan interaksi dan minat pembelian dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Post, Story, dan Reels. Strategi pemasaran mereka mencakup konten visual menarik, kolaborasi dengan influencer lokal, penawaran khusus, dan penggunaan storytelling tentang produk. Mereka juga aktif berinteraksi dengan pengikut melalui komentar, pesan langsung, dan polling di Stories. Penggunaan influencer lokal membantu mencapai audiens yang lebih luas dan memperkenalkan <i>Coffeeshop</i> Bajawa kepada orang-orang yang belum mengenal mereka sebelumnya. Alat analitik digunakan untuk memahami perilaku dan preferensi audiens sehingga konten yang relevan dapat disajikan. Hasilnya, minat followers untuk melakukan pembelian meningkat dan citra merek terstruktur dengan baik
Pembimbing	Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

ABSTRACT

Name : *Tanggung Yuda Permana*
Study Program : *Communication Science*
Title : *Utilization of Instagram Social Media by Coffeeshop Bajawa Flores NTT as a Promotional Tool to Attract Followers Interest for Making Purchases*

<p><i>Keywords</i> <i>Media utilization, purchase interest, strategies.</i></p>	<p><i>This research aims to uncover the strategies used by Coffeeshop Bajawa Flores NTT in utilizing Instagram as a media tool for promotion to communication medium to attract followers' interest in making purchases. The study adopts the New Media theory as its analytical framework and employs a qualitative descriptive method with a Case Study approach to gain an in-depth understanding of the context and complexity of the promotion strategies applied. The key informant for this research is a manager who possesses expertise in the field, while the primary informants are social media users who follow the @kopibajawaflores.id account on Instagram. The findings reveal that Coffeeshop Bajawa Flores NTT has effectively utilized the Instagram platform to promote its products and enhance Increasing purchase interest among its Instagram followers. Coffeeshop Bajawa Flores NTT effectively utilizes Instagram features like Posts, Stories, and Reels to engage followers and attract potential customers. Their marketing strategies include visually appealing content, local influencer collaborations, exclusive offers, and compelling product storytelling. This approach successfully boosts follower engagement and interest in making purchases. The coffee shop actively interacts with followers through comments, direct messages, and Stories polls. They employ analytical tools to understand audience preferences and deliver relevant content. Collaborating with local influencers further enhances interest in purchases and strengthens the brand image. Such collaborations also help the coffee shop reach a broader audience, introducing the brand to new potential customers.</i></p>
<p><i>Advisor</i></p>	<p><i>Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.</i></p>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat ALLAH SWT Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan hidayah nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul " Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* oleh *Coffeeshop* Bajawa Flores NTT Sebagai Sarana Promosi Dalam Menarik Minat *Followers* Untuk Melakukan Pembelian”

Penulisan Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional. Selain itu penelitian skripsi ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu komunikasi pemasaran, khususnya dalam konteks pemasaran bisnis *Coffeeshop*. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang tepat dapat meningkatkan keuntungan pada bisnis *Coffeeshop*.

Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian skripsi. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati serta rasa hormat, peneliti ingin mengucapkan terimakasih 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. Bhakti Nur Avianto, M.Si Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si Selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

6. Nursatyo, S.Sos., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si Sebagai Dosen Pembimbing Peneliti dalam menyelesaikan Skripsi, dengan sangat sabar membimbing dari awal sampai akhir proses Skripsi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir tersebut dengan baik.
8. Ibu Sri Ishlahiyati. A.Md. Kep Selaku Ibu tercinta yang telah membantu memberikan dukungan moral serta doa yang tidak pernah terputus-putus kepada Peneliti .
9. drh. Adam Fathurrahman selaku kakak yang selalu memberikan semangat serta motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi secara tuntas
10. Kepada seluruh keluarga yang telah mendoakan agar penelitian skripsi ini dapat dengan lancar dikerjakan hingga saat sidang berakhir
11. Kepada Raina Padma, Resmianti, Bahtiar Nur Rohfik, yang turut berkontribusi menjadi *Mental Support System*.
12. Kepada *Management Coffeeshop* Bajawa Flores NTT yang telah memberikan izin untuk dijadikan tempat penelitian.
13. Ibu Gracia Joyfully selaku *Key Informan* pada penelitian ini yang telah mengizinkan peneliti untuk melengkapi bahan penelitian.
14. Cintya Septiana, Sofia Nada dan Fuad Sulaiman yang telah menjadi narasumber dalam rangka melengkapi bahan penelitian.
15. Kepada seluruh Dosen yang telah membimbing peneliti selama proses belajar mengajar berlangsung yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu nama beserta gelarnya, namun hal ini tidak mengurangi rasa hormat peneliti sedikitpun.
16. Kepada seluruh Staff beserta jajarannya yang telah membantu peneliti menyelesaikan segala urusan administrasi dan urusan teknis lainnya di Universitas Nasional

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan, sehingga peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya.

Demikian

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Depok, 29 Maret 2023



Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
<i>1.1 Latar Belakang</i>	1
<i>1.2 Rumusan Masalah</i>	11
<i>1.3 Tujuan Penelitian</i>	12
<i>1.4 Manfaat Penelitian</i>	12
<i>1.5 Sistematika Penulisan</i>	13
BAB II	16
KAJIAN PUSTAKA	16
<i>2.1 Penelitian Terdahulu</i>	16
<i>2.1.1 State Of the Art</i>	28
<i>2.1.2 Research GAP</i>	29
<i>2.1.3 Novelty/Kebaruan Riset</i>	32
<i>2.2 Landasan Konsep</i>	33
<i>2.2.1 Media Sosial</i>	33
<i>2.2.2 Pengertian media sosial</i>	34
<i>2.2.3 Karakteristik Media sosial</i>	35
<i>2.2.4 Jenis-Jenis Media Sosial</i>	36

2.2.5 Peran Media Sosial.....	37
2.3 Instagram	38
2.3.1 Fitur-fitur Instagram.....	38
2.4 Pemanfaatan Media.....	40
2.4.1 Dimensi Pemanfaatan Media.....	41
2.4.2 Kegiatan Promosi.....	42
2.5 Minat Beli.....	43
2.5.1 Dimensi Minat Beli.....	44
2.6 Teori New Media.....	45
2.7 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III	48
METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Pendekatan Penelitian.....	48
3.2 Penentuan Informan	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	57
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	64
BAB IV.....	65
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	65
4.1.1 Sejarah Perusahaan	65
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	67
4.1.3 Profil Umum Perusahaan	68

<i>4.14 Struktur Organisasi Perusahaan</i>	<i>70</i>
<i>4.2 Hasil Penelitian</i>	<i>72</i>
<i>4.2.1 Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Instagram</i>	<i>73</i>
<i>4.2.2 Tahap Optimalisasi Tujuan Penggunaan Media Sosial Instagram Oleh Coffeeshop Bajawa Flores NTT.....</i>	<i>74</i>
<i>4.2.3 Tahap Penyesuaian Konten Media Sosial Instagram Oleh Coffeeshop Bajawa Flores NTT.....</i>	<i>89</i>
<i>4.2.4 Tahap Terjadinya Interaksi.....</i>	<i>94</i>
<i>4.2.5 Tahap Relevansi Konteks</i>	<i>99</i>
<i>4.2.6 Tahapan Dampak Efek dan Evaluasi Pengelolaan Media Sosial Instagram Coffeeshop Bajawa Flores NTT dalam Menarik Minat Followers Untuk Melakukan Pembelian.....</i>	<i>104</i>
<i>4.3 Pembahasan.....</i>	<i>114</i>
<i>4.3.1 MINAT PEMBELIAN.....</i>	<i>116</i>
<i>4.3.1.1 Minat Eksploratif.....</i>	<i>116</i>
<i>4.3.1.2 Minat Preferensial.....</i>	<i>117</i>
<i>4.3.1.3 Minat Transaksional:.....</i>	<i>119</i>
<i>4.3.1.4 Minat Referensial</i>	<i>120</i>
<i>4.4 Temuan Teori New Media Dengan Hasil Penelitian</i>	<i>121</i>
BAB V	125
KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Grafik Data penggunaan media sosial tertinggi	37
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	66
Gambar 4 2 Hashtag #DariNTTUntukIndonesia	67
Gambar 4. 3 Halaman profil pengguna Instagram <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT.....	68
Gambar 4. 4 Struktur Organisasi Perusahaan	70
Gambar 4.5 Fitur Instagram Post.....	77
Gambar 4.6 Fitur Instagram Story	78
Gambar 4.7 Fitur Instagram Reels	79
Gambar 4.8 Konten Visual Produk.....	85
Gambar 4.9 Konten Promosi	86
Gambar 4.10 Kolaborasi Influencer dan Musisi.....	86
Gambar 4.11 Temuan Keluhan Pengguna Media Sosial	97
Gambar 4.12 Frontline Parking Area <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT Cabang Depok.....	101
Gambar 4. 13 Indoor Venue Area <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT	102
Gambar 4. 14 Tribun Venue Area <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NT.....	102
Gambar 4. 15 Merchandise dan Kultur khas Daerah Bajawa Flores NTT	103
Gambar 4.16 Suasana Kehangatan <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT	103
Gambar 4. 17 Progress pertumbuhan cabang <i>Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT	114

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1</i> Data Perbandingan <i>Coffeeshop</i>	3
Tabel 1.2 Jumlah Unggahan Foto dan <i>Followers Instagram Coffeeshop</i> Bajawa Flores NTT dengan Kompetitor.....	10
Tabel 1.3 Data Google Analytics Bajawa Coffee Indonesia	11
Tabel 2.1 Pemetaan Riset Terdahulu	16
Tabel 2. 2 State Of The Art.....	28
Tabel 2.3 Research GAP Penelitian.....	30
Tabel 3.1 Profile Narasumber.....	53
Tabel 3. 2 Jadwal Penelitian	64

