



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN INSTAGRAM TERAS KACA COFFEE RESTO
CIBATOK DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*
DI MEDIA SOSIAL**

SKRIPSI

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

MAISANDI RAHUL REVANDA

203516516460

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM
STUDI ILMU KOMUNIKASI
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE UTILIZATION OF INSTAGRAM BY TERAS KACA
COFFEE RESTO CIBATOK IN BUILDING BRAND AWARENESS
ON SOCIAL MEDIA**

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor Degree in
Communication Science (S.I.Kom)**

MAISANDI RAHUL REVANDA

203516516460

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Maisandi Rahul Revanda
NPM : 203516516460
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram UMKM Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Cibatok Bogor, Jawa Barat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @teraskaca_coffeeresto)
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, 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dian Metha Ariyanti, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



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



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : MAISANDI RAHUL REVANDA
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516460
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Peminatan : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : "Pemanfaatan Instagram Teras Kaca Coffee Resto
Cibatok Dalam Membangun Brand Awareness Di Media Sosial."

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam
Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Agustus 2025, sebagaimana tertulis dalam
"Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 8 September 2025

Ketua Sidang /
Penguji 2

: Dr. Drs. Ambia B. Boestam,
M.Si.

Penguji 1

: Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si.,
M.I.Kom.

Pembimbing

: Dian Metha Ariyanti S.Sos.,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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MAISANDI RAHUL REVANDA

NPM : 203516516460

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Konsentrasi : PUBLIC RELATIONS

Judul Skripsi : PEMANFAATAN INSTAGRAM TERAS KACA
COFFEE RESTO CIBATOK DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* DI MEDIA
SOSIAL

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

Disahkan

Jakarta, 22 September 2025

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dian Metha Ariyanti S.Sos., M.Si


Dr. Aos-Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maisandi Rahul Revanda

Program Studi : Ilmu Komunikasi

NPM : 203516516460

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram UMKM Kopi Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Cibatok Bogor, Jawa Barat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @teraskaca_coffeeesto)

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

Jakarta, 6 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Maisandi Rahul Revanda

UNIVERSITAS NASIONAL

KATA PENGANTAR

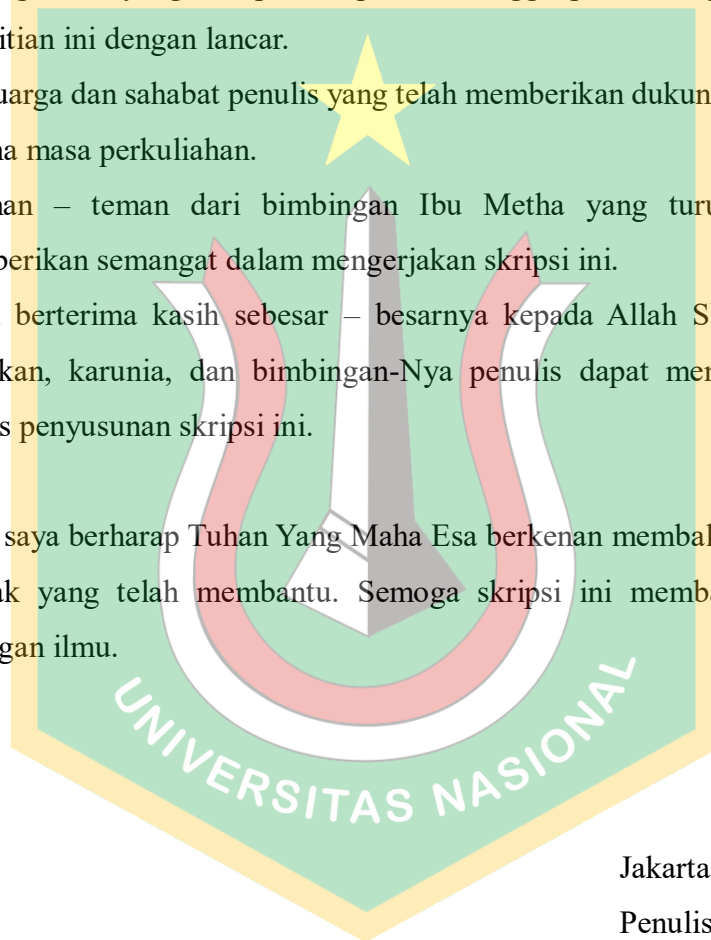
Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pemanfaatan Instagram Teras Kaca Coffee Resto Cibatok Dalam Membangun *Brand Awareness* di Media Sosial”** dengan tepat waktu. Juga sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Nasional.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

- (1) Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
- (2) Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku PLT Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional serta Wakil Dekan bidang Administrasi Akademik dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- (3) Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
- (4) Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- (5) Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
- (6) Bapak Yudha Pradhana, S.Ikom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dalam bidang akademik.
- (7) Ibu Dian Metha Ariyanti, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

- (8) Kepada para narasumber yang telah mensupport saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
- (9) Dosen – dosen serta staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan.
- (10) Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dorongan material serta moral dan juga doa yang tak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lancar.
- (11) Keluarga dan sahabat penulis yang telah memberikan dukungan serta semangat selama masa perkuliahan.
- (12) Teman – teman dari bimbingan Ibu Metha yang turut membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
- (13) Dan berterima kasih sebesar – besarnya kepada Allah SWT karena segala kebaikan, karunia, dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan segera proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



Jakarta, 6 Agustus 2025

Penulis

ABSTRAK

Teras Kaca Coffee & Resto menunjukkan konsistensi dalam membuat konten visual yang menarik, berinteraksi dengan *followers*, serta memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *Reels*, *Story*, dan *Highlight* untuk memperkuat citra merek. Aktivitas digital mereka telah menjadikan akun Instagram @teraskaca_coffeeresto sebagai salah satu yang cukup dikenal dan mudah diingat oleh konsumen. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan Instagram Teras Kaca Coffee Resto Cibatok dalam membangun *brand awareness* di Media Sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kualitatif yang berlandaskan pada paradigma konstruktivis. Peneliti mempergunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data antara lain reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan Teras Kaca Coffee & Resto berhasil memanfaatkan fitur Instagram seperti *Feed*, *Reels*, *Stories*, *Highlights*, dan *Direct Message* untuk memperkuat *brand awareness*. *Feed* menampilkan identitas visual *brand* yang konsisten, *Reels* menghadirkan video kreatif sesuai tren, dan *Stories* aktif digunakan untuk promosi serta interaksi. *Highlights* menyimpan konten penting, sedangkan *Direct Message* memperkuat komunikasi personal dengan pelanggan. Strategi yang dijalankan dalam membangun *brand awareness* bertahap mulai dari memperkenalkan *brand*, membangun interaksi, hingga mencapai *Top of Mind*, menjadikan Teras Kaca sebagai *coffee shop* estetik yang pertama kali terlintas di benak audiens.

Kata kunci : Brand Awareness, Coffee shop, Instagram



ABSTRACT

Teras Kaca Coffee & Resto demonstrates consistency in creating engaging visual content, interacting with followers, and utilizing Instagram features such as Reels, Stories, and Highlights to strengthen its brand image. These digital activities have made the Instagram account @teraskaca_coffeorestowell-recognized and memorable among consumers. The aim is to examine how Teras Kaca Coffee Resto Cibatok utilizes Instagram in building brand awareness on social media. This study applies a qualitative approach based on a constructivist paradigm, employing descriptive methods. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation, while data analysis techniques consist of reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that Teras Kaca Coffee & Resto has successfully leveraged Instagram features such as Feed, Reels, Stories, Highlights, and Direct Messages to enhance brand awareness. The Feed presents a consistent visual identity, Reels deliver creative trend-based videos, and Stories are actively used for promotions and interactions. Highlights serve as an archive of essential content, while Direct Messages strengthen personal communication with customers. The brand awareness strategy was implemented gradually, starting from brand introduction, building interaction, and ultimately achieving the Top of Mind stage, positioning Teras Kaca as the first aesthetic coffee shop that comes to mind among the audience.

Keywords: Brand Awareness, Coffee Shop, Instagram



DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Konsep 4C's <i>Operating System</i>	16
2.2.2 Media Sosial.....	17
2.2.3 Pemanfaatan Media Sosial	29
2.2.4 Instagram.....	29
2.2.5 Fitur Instagram	32
2.3 Landasan Konsep.....	40
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	40

2.3.2 <i>Brand Awareness</i>	41
2.4 Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Paradigma Penelitian	48
3.2 Pendekatan Penelitian.....	49
3.3 Penentuan Informan	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Observasi.....	50
3.4.2 Wawancara	51
3.4.3 Dokumentasi.....	51
3.5 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	51
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	53
4.1.1 Profil Teras Kaca <i>Coffee Resto</i>	53
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 <i>Instagram @teraskaca_coffeeresito</i>	54
4.2.2 Pemanfaatan Fitur <i>Instagram Teras Kaca Coffee & Resto</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	65
4.2.3 <i>Tingkatan Brand Awareness pada Konten Media Sosial Instagram Teras Kaca Coffee & Resto</i>	75
4.3 Temuan Penelitian	92
4.4 Pembahasan.....	96
BAB V KESIMPULAN	100
5.1 Kesimpulan	100
DAFTAR PUSTAKA.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1_Penelitian Terdahulu	11
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Proyeksi Volume Produksi, Net Ekspor dan Konsumsi Kopi	2
Gambar 1.2 Tampilan Instagram @teraskaca_coffeesto.....	5
Gambar 1.3 Instagram Insight @ teraskaca_coffeesto.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	47
Gambar 4.1 Tampilan Instagram @teraskaca_coffeesto.....	55
Gambar 4.2 Jumlah Postingan Foto dan Reels @teraskaca_coffeesto	56
Gambar 4.3 Tampilan Reels @teraskaca_coffeesto.....	59
Gambar 4.4 Tampilan Stories @teraskaca_coffeesto.....	60
Gambar 4.5 Penggunaan Bahasa pada Konten.....	69
Gambar 4.6 Konten Hiburan	78
Gambar 4.7 Konten Tema Minum Kopi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.8 Konten Promo Bulan Agustus	83
Gambar 4.9 Konten Promo Ramadhan	83
Gambar 4.10 Konten Informasi untuk Reservasi Acara atau Kegiatan & Hard Selling	91