



UNIVERSITAS NASIONAL

**Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih di
Media Sosial Instagram @kopi.merah.putih**

SKRIPSI

Bagas Pratama Wicaksana

183112351650380

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jakarta

2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**Marketing Communication Strategy of Kedai Kopi Merah Putih
on Social Media Instagram @kopi.merah.putih**

THESIS

Bagas Pratama Wicaksana

183112351650380

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

COMMUNICATION SCIENCE

Jakarta

2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Bagas Pratama Wicaksana
NPM : 183112351650380
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih di Media Sosial Instagram @kopi.merah.putih
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, 1 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Irfan Fauzi, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



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



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bagas Pratama Wicaksana
NPM : 183112351650380
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih di Media Sosial Instagram @kopi.merah.putih
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, 1 September 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Irfan Fauzi, M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aas Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Bagus Pratama Wicaksana

NPM : 183112351650380

Tanda tangan :



METRAI
TEMPER
183112351650380

Tanggal : 05 Agustus 2025

PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Bagas Pratama Wicaksana
NPM : 183112351650380
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih
di Media Sosial Instagram @kopi.merah.putih

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

DEWAN PENGUJI

Penguji 2/KS : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji 1 : Dr. Dra. Nuriyati Samatan, M.Ag.

Pembimbing : Dr. Irfan Fauzi, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 September 2025

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih di Media Sosial Instagram @kopi.merah.putih” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

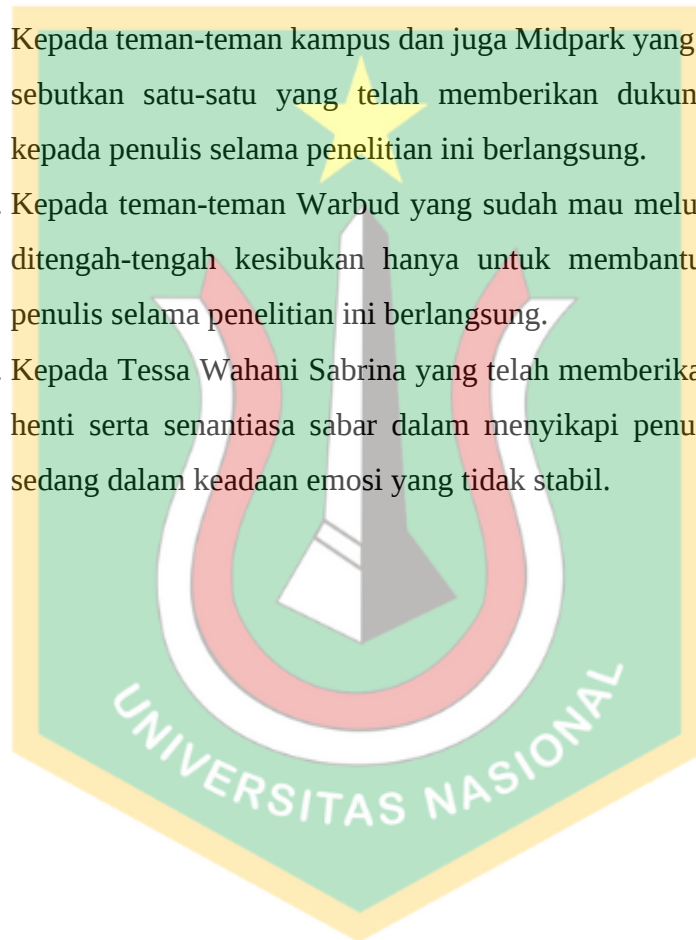
Penulisan skripsi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi komunikasi pemasaran diterapkan oleh Kedai Kopi Merah Putih melalui platform media sosial Instagram dalam membangun citra merek dan menjangkau konsumen secara efektif. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bernawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Ibu Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
4. Bapak Humaini, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan motivasi sejak awal perkuliahan hingga saat ini.
5. Bapak Dr. Irfan Fauzi, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sepenuh hati telah membimbing dan meluangkan waktunya dalam memberikan arahan serta memberi masukan untuk kemajuan peneliti selama menyusun skripsi.
6. Kedua orang tua penulis yakni Bapak Mamad dan Ibu Yulis Tianingsih, yang telah memberikan dukungan yang tiada hentinya baik dalam segi

moril maupun materil untuk peneliti agar tetap semangat dalam menyelesaikan perkuliahan dengan sebaik-baiknya.

7. Ucapan terima kasih untuk pihak Kedai Kopi Merah Putih yang telah membantu dalam memperoleh data untuk penelitian ini.
8. Ucapan terima kasih untuk sahabat sekaligus teman berkeluh kesah, Bayu Aji Prastyo, Jebriel Hawaar, Adrian Sugiarto yang sudah membantu, menemani, mendukung, dan juga menghibur selama penulis melakukan penelitian.
9. Kepada teman-teman kampus dan juga Midpark yang penulis tidak bisa sebutkan satu-satu yang telah memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis selama penelitian ini berlangsung.
10. Kepada teman-teman Warbud yang sudah mau meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukan hanya untuk membantu dan menghibur penulis selama penelitian ini berlangsung.
11. Kepada Tessa Wahani Sabrina yang telah memberikan dukungan tiada henti serta senantiasa sabar dalam menyikapi penulis dikala penulis sedang dalam keadaan emosi yang tidak stabil.



Jakarta, 03 Agustus 2025

Bagas Pratama Wicaksana

ABSTRAK

Nama : Bagas Pratama Wicaksana
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih di Media Sosial Instagram @kopi.merah.putih
Pembimbing : Dr. Irfan Fauzi, M.Si.

Instagram menjadi media yang efektif untuk pemasaran, dan Kedai Kopi Merah Putih memanfaatkannya dalam strategi promosi. Peneliti tertarik mengkaji pemasaran yang dilakukan melalui platform ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Kopi Merah Putih melalui media sosial Instagram. Landasan teori yang digunakan adalah New Media dan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Kopi Merah Putih memanfaatkan fitur Instagram seperti Feeds, Story, Reels, Caption, dan Direct Message untuk menyampaikan pesan pemasaran, meningkatkan engagement, serta membangun loyalitas pelanggan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus yang hanya pada satu platform, sehingga disarankan penelitian selanjutnya dapat membandingkan strategi pemasaran di berbagai media sosial lainnya.

Kata Kunci :

Instagram Marketing, Strategi Pemasaran, New Media, Integrated Marketing Communication, Engagement

ABSTRACT

Name : Bagas Pratama Wicaksana
Study Program : Communication Science
Title : Marketing Communication Strategy of Kedai Kopi Merah Putih on Social Media Instagram @kopi.merah.putih
Counsellor : Dr. Irfan Fauzi, M.Si.

Instagram is an effective medium for marketing, and Kedai Kopi Merah Putih utilizes it as part of their promotional strategy. This study aims to examine the marketing strategies implemented by Kedai Kopi Merah Putih through Instagram. The theoretical framework applied includes New Media and Integrated Marketing Communication. The research method used is descriptive qualitative, with data collected through interviews, observations, and documentation. The findings show that Kedai Kopi Merah Putih leverages Instagram features such as Feeds, Stories, Reels, Captions, and Direct Messages to deliver marketing messages, increase engagement, and build customer loyalty. The limitation of this study lies in its focus on a single platform; therefore, future research is recommended to compare marketing strategies across different social media platforms.

Key Words :

Instagram Marketing, Strategy Marketing, New Media, Integrated Marketing Communication, Engagement.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Konsep	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 Instagram Sebagai Media Baru.....	21
2.2.3 Karakteristik New Media.....	24
2.2.4 Instagram dan Digital Marketing	28
2.3 Landasan Teori	30
2.3.1 Integrated Marketing Communication.....	30
2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	33
2.4 Kerangka Berpikir	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Pendekatan Penelitian.....	37
3.2 Paradigma Penelitian	37

3.3 Penentuan Informan	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	43
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Latar Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Kopi Merah Putih.....	46
4.1.2 Bidang Usaha Kedai Kopi Merah Putih	47
4.1.3 Logo Kedai Kopi Merah Putih.....	48
4.1.4 Menu Kedai Kopi Merah Putih.....	48
4.1.5 Media Sosial Kedai Kopi Merah Putih	52
4.1.6 Aktifitas Media Sosial Instagram Kedai Kopi Merah Putih	54
4.1.7 Profile Informan Penelitian.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Perencanaan Strategi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih	57
4.2.2 Elemen Konten dan Visual	60
4.2.3 Interaksi dan Engagement.....	61
4.2.4 Evaluasi Strategi dan Tantangan.....	63
4.2.5 Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.6 Respons Terhadap Konten	68
4.2.7 Dampak Terhadap Keputusan Konsumen	70
4.3 Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Kedai Kopi Merah Putih	48
Gambar 4. 2 Menu Kedai Kopi Merah Putih	49
Gambar 4. 3 Media Sosial Kedai Kopi Merah Putih	53
Gambar 4. 4 Perencanaan Strategi Pemasaran Kedai Kopi Merah Putih	58
Gambar 4. 5 Interaksi dan Engagement	62
Gambar 4. 6 Respons Terhadap Konten	69



DAFTAR LAINNYA

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Penentuan Informan	39
Tabel 3. 2 Tabel Penelitian	45

