



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM
@DUACOFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

SKRIPSI

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

MUHAMMAD DAFFA SHIDQI

NPM: 193516516643

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

AGUSTUS 2025



NASIONAL UNIVERSITY

UTILIZATION OF INSTAGRAM ACCOUNT

@DUACOFFEE AS MEDIA PROMOTION

THESIS

Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor's Degree

in Commuunication science (S.I.Kom.)

Muhammad Daffa Shidqi

NPM. 193516516643

COMMUNICATION SCIENCE

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

AUGUST

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama: Muhammad Daffa Shidqi

NPM: 193516516643

Judul Skripsi: Pemanfaatan Akun Instagram @duaCoffee Sebagai Media Promosi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan penerapan asli saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti adanya 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, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Daffa Shidqi

HALAMAN PERSETUJUAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Daffa Shidqi
NPM : 193516516643
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Pemanfaatan Akun Instagram @duacoffee Sebagai Media Promosi
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, 31 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Lucianan Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI



Nama	: Muhammad Daffa Shidqi
NPM	: 193516516643
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Public Relations
Judul Skripsi	: Pemanfaatan Akun Instagram @duacoffee Sebagai Media Promosi
Diajukan Untuk	: Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Nasional

Disahkan

UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 31 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Daffa Shidqi
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516643
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Peminatan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : PEMANFAATAN AKUN INSTAGRAM @DUACOFFEE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 23 Agustus 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 September 2025

Ketua Sidang /
Penguji 2 : Prof. Dr. H. Paisal Halim,
M.Hum.

Penguji 1 : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Pembimbing : Nursatyo, S.Sos. M.Si.

Keterangan:

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

KATA PENGANTAR

Pertama-tama peneliti panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia -Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat dan salam selalu peneliti ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat shalawat nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, dengan ketertarikan peneliti pada permasalahan dalam skripsi ini yaitu “Pemanfaatan Akun Instagram @duaCoffee Sebagai Media Promosi”.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional,
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djudjur Lucianan Radjagukguk, S.Sos., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan nasihat semasa perkuliahan hingga masa skripsi ini.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.

7. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan senantiasa sabar dalam membimbing penulis, menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya.
8. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
9. Ibu Elfiza Danur, S.Kom., dan Bapak Drs. Eliyursyam, selaku orang tua kandung dari peneliti yang sangat peneliti sayangi dan peneliti cintai yang selalu memberikan, tanga, materi, *support* dan mendoakan peneliti dalam kegiatan apapun.
10. Ibu Hj. Nurbaya selaku nenek kandung dari peneliti yang sangat peneliti sayangi dan peneliti cintai yang selalu mendoakan peneliti dalam kegiatan apapun.
11. Elsa Fitra dan Rheza Firmansyah, S.H., M.kn., selaku saudara kandung dan kakak ipar yang selalu *support* peneliti dalam kegiatan apapun.
12. Keysha Humairah, Athallah Alzaydan, Shannona Almecca, selaku ponakan kesayangan peneliti yang sangat peneliti sayangi dan peneliti cintai yang selalu membuat peniliti tersenyum.
13. Nada Nurjannah, S.A.P., selaku seseorang yang telah memberikan dukungan, waktu, tenaga dan juga perhatiannya secara tulus dan berbagai hal selama masa perkuliahan hingga sampai menyelesaikan skripsi ini.
14. Sahabat-sahabat peneliti yang peneliti cintai, Rizky Ramadhan Eka Putra, S.Sos., Abdullah Zidan Al atas,SH., Yudit Prastyo, Agil Dwitama, Harits Zaky Priyanto, Rafif Syaifullah, Amanda Setyawati, Muhammad Ridho Hasan Al hamid dan keluarga besar Gaceng yang telah memberikan peneliti dukungan dan membuat peneliti terhibur.
15. Teman-teman seperjuangan skripsi peneliti, Fariz Aditya, Naufal Alfianzah, Ariya Kamandamu dan Ilmu Komunikasi Angkatan 2019

yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu terima kasih banyak telah menjadi bagian cerita semasa perkuliahan dan juga kebersamaanya selama masa perkuliahan.

16. Seluruh Informan dan Dua *Coffee* dalam penelitian ini saya mengucapkan terima kasih banyak dan juga menghormati keputusan informan dalam memberikan informasinya serta menerima penulis dengan baik.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga dapat manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Juli 2025

Muhammad Daffa Shidqi



ABSTRAK

Kemajuan Teknologi saat ini membawa pengaruh signifikan pada berbagai bidang kehidupan manusia, salah satunya terhadap dunia pemasaran. Era digital, terutama dengan hadirnya media sosial telah mengubah cara pemasaran dari sistem tradisional ke sistem yang lebih interaktif, terukur, cepat, personal serta tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga promosi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. Penggunaan media sosial Instagram sebagai *platform* pemasaran dianggap sebagai strategi yang tepat untuk kegiatan promosi karena fokus pada visual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan Akun Instagram @DuaCofee sebagai Media Promosi dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi serta melibatkan 5 (lima) informan.

Dalam penelitian ini indikator yang digunakan mengacu pada Teori *Promotional Mix* yang terdiri dari iklan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*Direct Marketing*), penjualan personal (*Personal Selling*), dan hubungan masyarakat (*public relation*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @DuaCoffee memanfaatkan Instagram dengan mengunggah konten yang terkonsep secara visual, audio, serta *Copywriting* guna meningkatkan kunjungan pengguna Instagram. @DuaCoffee secara aktif menawarkan promosi melalui fitur Instastory dan Iklan terkait promo yang sedang atau akan berlangsung. Kolaborasi dengan *Influencer* dan *brand* juga digunakan @DuaCoffee untuk menarik perhatian pengguna Instagram dan menjangkau konsumen lebih luas. Sehingga tujuan dari pemanfaatan akun Instagram @DuaCoffee sebagai media promosi dianggap mampu untuk meningkatkan penjualan @DuaCoffee.

Kata Kunci : Instagram, Media Promosi, Dua Coffee

ABSTRACT

The advancement of technology today has had a significant impact on various aspects of human life, one of which is marketing. The digital era, especially with the emergence of social media, has transformed marketing from a traditional system to one that is more interactive, measurable, fast, personal, and unrestricted by time and place—allowing promotions to run more effectively and efficiently. The use of Instagram as a marketing platform is considered a suitable strategy for promotional activities due to its visual focus. This study aims to explore the utilization of the Instagram account @DuaCoffee as a promotional medium using a descriptive qualitative approach. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation, involving five (5) informants.

In this study, the indicators used refer to the Promotional Mix Theory, which includes advertising, sales promotion, Direct Marketing, Personal Selling, and public relations. The results show that the @DuaCoffee Instagram account utilizes Instagram by posting visually and audibly conceptualized content along with effective Copywriting to attract Instagram users. @DuaCoffee actively promotes through Instastory features and advertisements related to ongoing or upcoming promotions. Collaborations with influencers and brands are also employed by @DuaCoffee to capture users' attention and reach a wider audience. Therefore, the use of the @DuaCoffee Instagram account as a promotional medium is considered effective in increasing sales for @DuaCoffee .

Keywords: Instagram, Promotional Media, Dua Coffee



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Peneletian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 <i>Promotion mix</i> (Bauran promosi)	19
2.3 Kerangka Konseptual	25
2.3.1 Pemanfaatan	25
2.3.2 Instagram	26

2.2.3 Promosi.....	28
2.4 Kerangka Pemikiran	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Pendekatan Penelitian	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1. Wawancara	34
3.3.2 Observasi	34
3.3.3 Kepustakaan	35
3.4 Penentuan Informan	35
3.4.1 <i>Key Informan</i>	36
3.4.2 Informan	37
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Lokasi Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Struktur Perusahaan.....	43
4.1.2 Lokasi Penelitian	43
4.2 Deskripsi Subjek penelitian	43
4.3. Hasil Analisis Penelitian.....	45
4.3.1 Instagram Sebagai Media Promosi.....	46
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	14
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	39
Tabel 4. 1 Struktur bagan perusahaan.....	43
Tabel 4. 2 Daftar Informan	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Visual Marketing	3
Gambar 1. 2 Platforms media sosial pengguna aktif terbanyak 2024	5
Gambar 1. 3 Feed Instagram Dua <i>Coffee</i>	7
Gambar 1. 4 Grafik Penjualan <i>Food and beverage</i>	8
Gambar 1. 5 Dua <i>Coffee</i> di Cipete	10
Gambar 1. 6 Perkembangan Dua <i>Coffee</i>	10
Gambar 1. 7 Menu <i>best seller</i> di Dua <i>Coffee</i>	11
Gambar 2. 1 <i>Promotional Mix</i>	19
Gambar 2. 2 Kerangka pemikiran	31
Gambar 4. 1 Logo Dua <i>Coffee</i>	40
Gambar 4. 2 Pendiri Dua <i>Coffee</i> dan Siatuasi Dua <i>Coffee</i>	41
Gambar 4. 3 Profil akun Instagram @duaCoffee	42
Gambar 4. 4 Lokasi penelitian	43
Gambar 4. 5 Feed Makanan dan Minuman	46
Gambar 4. 6 Promo <i>Dinner</i>	47
Gambar 4. 7 Kolaborasi dengan infulencer BukbeRAN	49
Gambar 4. 8 Konten feed oleh akun @cipetecreativedistrict	51
Gambar 4. 9 kolaboras	53
Gambar 4. 10 Iklan Promo Dengan Fitur Instagram Ads	55
Gambar 4. 11 Promosi <i>special for</i> warga dua	57
Gambar 4. 12 Promo hampers	58
Gambar 4. 13 Promo Dua sehat	59
Gambar 4. 14 Promo Payday	60
Gambar 4. 15 bio akun Dua <i>Coffee</i>	61
Gambar 4. 16 Dua Coffee Direct Message	62
Gambar 4. 17 interaksi pemasaran langsung	65
Gambar 4. 18 <i>Copywriting</i> Dua <i>Coffee</i>	66
Gambar 4. 19 konsumen meninggalkan komentar	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ketersediaan Dosen Pembimbing Skripsi.....	94
Lampiran 2 Lembar Konsultasi Skripsi.....	95
Lampiran 3 Surat Keterangan Pendamping Ijazah	97
Lampiran 4 Hasil Wawancara Penelitian <i>Key Informan</i>	98
Lampiran 5 Hasil Wawancara Penelitian Informan 1	103
Lampiran 6 Hasil Wawancara Penelitian Informan 2	107
Lampiran 7 Hasil Wawancara Penelitian Informan 3.....	110
Lampiran 8 Hasil Wawancara Penelitian Informan 4.....	114
Lampiran 9 Dokumentasi	116
Lampiran 10 Hasil Cek Plagiasi.....	119
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup	120

