



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ENTHREE COFFEE DI
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:

TEGAR RIYANTO

213516516106

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

AGUSTUS 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

**ENTHREE COFFEE MARKETING COMMUNICATION STRATEGY ON
INSTAGRAM TO INCREASE SALES**

THESIS

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

Written by:

TEGAR RIYANTO

213516516106

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCES POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION PROGRAM
AGUSTUS 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Tegar Riyanto

NPM : 213516516106

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Enthree Coffee di Instagram Dalam
Meningkatkan Penjualan

Dengan ini, saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan orisinal dari saya sendiri. Saya tidak menggunakan atau mengutip karya yang telah dipublikasikan sebelumnya tanpa memberikan pengakuan yang sesuai, serta tidak menjadikan karya ini sebagai duplikasi dari penelitian yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar atau ijazah di Universitas Nasional maupun perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian atau pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini penulis buat

Jakarta, 06 Februari 2025

Yang bertanda tangan


Tegar Riyanto



PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tegar Riyanto
NPM : 213516516106
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran *Enthree Coffee* di *Instagram*
dalam Meningkatkan Penjualan
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, 4 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Romika Junaidi, S.I.Kom., M.A.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



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



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tegar Riyanto
NPM : 213516516106
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Enthree Cofee di Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan
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, 30 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Romika Junaidi, S.I.Kom., M.A.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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

HALAMAN PENGESAHAN

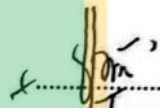
Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Tegar Riyanto
NPM : 2 13516516106
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Enthree Coffee* di *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan

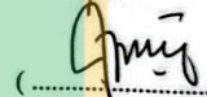
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/Penguji 2 : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos.M.Si.

()

Penguji 1 : Nursatyo., S.Sos. M.Si

()

Pembimbing : Romika Junaidi, S.I.Kom., M.A.

()

Jakarta, 8 September 2025

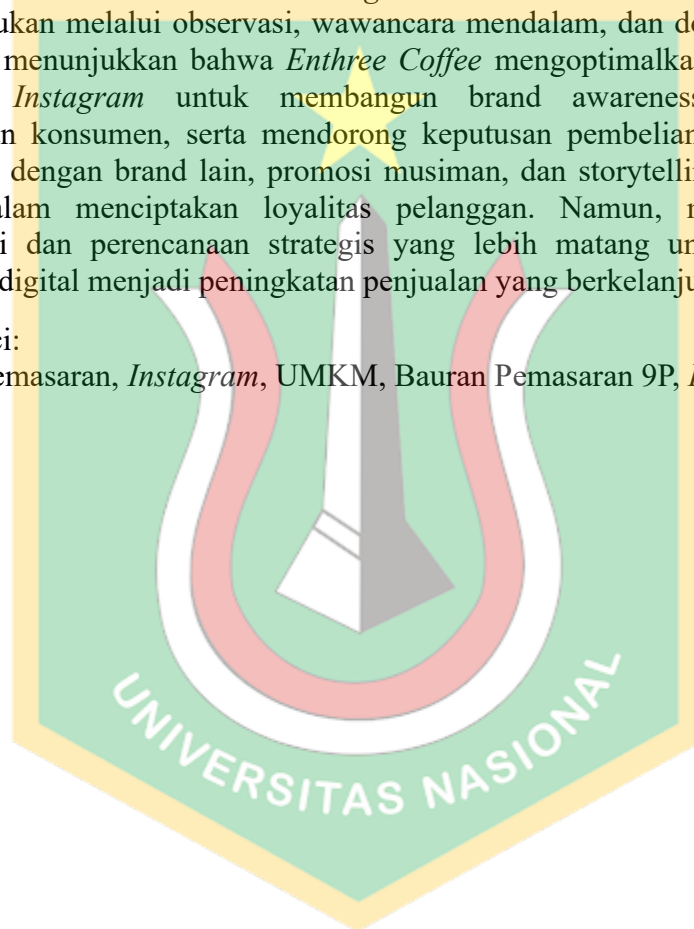
UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh *Enthree Coffee* melalui platform *Instagram* dalam upaya meningkatkan penjualan produk. Di era digital, media sosial menjadi alat penting bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan membangun interaksi dengan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode kasus untuk menggali secara mendalam bagaimana elemen-elemen bauran pemasaran (9P: produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik, kemasan dan pembayaran) diimplementasikan dalam konten *Instagram* *Enthree Coffee*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Enthree Coffee* mengoptimalkan fitur visual dan interaktif *Instagram* untuk membangun brand awareness, meningkatkan keterlibatan konsumen, serta mendorong keputusan pembelian. Strategi seperti kolaborasi dengan brand lain, promosi musiman, dan storytelling visual terbukti efektif dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Namun, masih diperlukan konsistensi dan perencanaan strategis yang lebih matang untuk mengonversi eksistensi digital menjadi peningkatan penjualan yang berkelanjutan.

Kata Kunci:

Strategi Pemasaran, *Instagram*, UMKM, Bauran Pemasaran 9P, *Enthree Coffee*



ABSTRAK

This study examines the marketing communications strategy implemented by Enthree Coffee through the Instagram platform to increase product sales. In the digital era, social media has become a crucial tool for MSMEs to expand their market and build engagement with consumers. This study used a qualitative approach with a case study method to explore in-depth how the marketing mix elements (9Ps: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, packaging and payment) are implemented in Enthree Coffee's *Instagram* content. Data collection techniques included observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that *Enthree Coffee* optimizes *Instagram*'s visual and interactive features to build brand awareness, increase consumer engagement, and drive purchasing decisions. Strategies such as collaborations with other brands, seasonal promotions, and visual storytelling have proven effective in fostering customer loyalty. However, consistency and more thorough strategic planning are still needed to translate digital presence into sustainable sales growth.

Keywords: Marketing Strategy, *Instagram*, MSMEs, 9Ps Marketing Mix, *Enthree Coffee*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Konsep	17
2.3 Landasan Teori	32
2.4 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Pendekatan dan Jenis Penlitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Subjek Penelitian.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis Data	49

3.6 Uji Keabsahan Data.....	51
3.7 Jadwal Penelitian.....	52
BAB IV PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum	53
4.1.1 Profile Enthree Coffee	53
4.1.2 Sejarah Enthree Coffee	55
4.1.3 Visi dan Misi Enthree Coffee.....	55
4.1.4 Struktur Organisasi	56
4.2 Profil Informan	56
4.3 Hasil Temuan	57
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Enthree Coffee</i> di <i>Instagram</i>	81
4.4.2 Implementasi Komunikasi Strategi Pemasaran 9p melalui <i>Instagram</i> .	84
4.4.3 Interaksi dan Loyalitas Pelanggan	91
4.4.4 Dampak <i>Instagram</i> Terhadap Penjualan	92
4.4.5 Rencana Pengembangan Strategi Pemasaran	93
4.4.6 Matriks Analisis	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu.....	10
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran	42
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	52
Tabel 4. 1 Hasil Penjualan	93
Tabel 4. 2 Matrix Temuan	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Enthree Coffee.....	53
Gambar 4. 2 Gambar Instagram Enthree Cofee	54
Gambar 4. 3 Produk Enthree Coffee.....	59
Gambar 4. 4 Harga Enthree Coffee.....	62
Gambar 4. 5 Tempat Enthree Coffee.....	65
Gambar 4. 6 Promosi Enthree Coffee.....	68
Gambar 4. 7 Orang Enthree Coffee	71
Gambar 4. 8 Proses Enthree Coffee.....	73
Gambar 4. 9 physical evidence Enthree Coffee	75
Gambar 4. 10 Packaging Enthree Coffee.....	77
Gambar 4. 11 Payment Enthree Coffee	79



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	105
LAMPIRAN 2.....	106
LAMPIRAN 3.....	107
LAMPIRAN 4.....	108
LAMPIRAN 5.....	109
LAMPIRAN 6.....	112
LAMPIRAN 7.....	123

