



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Raden Nadia Dwi Senjani  
44214110103

Pengaruh Media Sosial Instagram @saturdaycoffee terhadap *Brand Awareness* Kedai Kopi Saturday Coffee.

(i-xiii) + 72 Halaman + 5 Bab + 17 buku + 4 jurnal + 6 situs internet

### ABSTRAK

Media sosial Instagram dapat membantu dalam memperkenalkan kepada publik suatu instansi atau organisasi. Saturday Coffee merupakan salah satu kedai kopi berbasis usaha mikro di Kota Depok yang mulai berdiri dari tahun 2012. Dengan ciri khas penggunaan biji kopi asli Indonesia yang diolah dengan sistem *manual brewing* (seduh manual). Komunikasi dan promosi yang dilakukan oleh Saturday Coffee melalui media sosial. Saat ini, proses komunikasi dengan konsumen belum maksimal karena Husni sebagai pemilik juga harus mengurus proses produksi, keuangan dan sumber daya manusia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram @saturdaycoffee terhadap pengenalan merek (*brand awareness*) kedai kopi Saturday Coffee. Penelitian kuantitatif ini menggunakan variabel bebas yaitu Akun Instagram @saturdaycoffee sedangkan variabel terikatnya yaitu *brand awareness* kedai kopi Saturday Coffee. Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang bersifat kausal (hubungan sebab akibat). Penelitian ini menggunakan metode survei kepada 322 *followers* dari akun instagram @saturdaycoffee dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk mengetahui besaran pengaruh antar variabel digunakan analisa regresi sederhana.

Hasil penelitian ini besarnya pengaruh Media Sosial Instagram terhadap *Brand Awareness* Saturday Coffee adalah sebesar 0.443 dan 3.596 dipengaruhi oleh faktor lain. Secara keseluruhan penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa media sosial Instagram @saturdaycoffee berpengaruh kepada *brand awareness* dari kedai kopi Saturday Coffee.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan kepada pihak manajemen Saturday Coffee untuk meningkatkan aktivitas di media sosial Instagram yang dimiliki dengan tujuan agar terjadi peningkatan *brand awareness* secara signifikan.