



**ANALISIS PEMANFAATAN *INSTAGRAM* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
STREET HOUSE COFFEE**

(Studi Deskriptif pada akun *Instagram* @streethousecoffee)



TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication

MERCU BUANA

Di Susun Oleh :

Melina Triani

44316120037

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Melina Triani
NIM : 44316120037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Street House Coffee (Studi Deskriptif pada akun Instagram @streethousecoffee) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 12 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



(Melina Triani)

Mengetahui,

Pembimbing

(Siti Muslichatul, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Melina Triani
NIM : 44316120037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Street House
Coffee (Studi Deskriptif pada akun Instagram @streethousecoffee)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Maret 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Siti Muslichatul, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Melina Triani
NIM : 44316120037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Street House
Coffee (Studi Deskriptif pada akun Instagram @streethousecoffee)

Jakarta, 12 Maret 2022

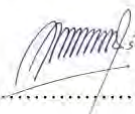
Ketua Sidang : Dewi Sad T, M.Ikom

()

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatullah, M.IKom

()

Pembimbing : Siti Muslichatul, M.Ikom

()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Street House
Coffee (Studi Deskriptif pada akun Instagram @streethousecoffee)

Nama : Melina Triani
NIM : 44316120037
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 12 Maret 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Siti Muslichatul, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur kepada Allah SWT yang atas segala rahmatnya, peneliti akhirnya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Streethouse Coffee (Studi Deskriptif pada akun Instagram @streethousecoffee). Tujuan penulisan proposal ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan mendapatkan gelar Sarjana Strata 1(S1) Ilmu Komunikasi dari Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan proposal ini. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas bimbingan, dorongan, serta semangat dari berbagai pihak. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ira Purwitasari, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing pertama yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan.
2. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak sekali bimbingan dan arahan sehingga penelitian yang peneliti lakukan bisa berjalan baik dan lancar.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan
4. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodji, M.Si selaku Wakil Dekan
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Kaprodi

6. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, S.Sos, MA selaku Ketua Bidang Studi Bidang Studi Advertising & Marketing communication
7. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Bidang Studi
8. Keluarga peneliti, Alm. Bapak Maryoto dan Ibu Sriyati selaku orang tua yang mendukung dan memberikan motivasi serta doa yang tiada henti. Kakak peneliti Ita Mardiyanti yang selalu memberikan semangat. Suami peneliti Deni Mardiansyah yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah di berikan.
9. Para Nasumber Street House bapak Andy Rachman, bapak Achmad Rizky Nugroho, bapak Ridwan Vadim dan bapak Deni Mardiansyah yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberikan banyak informasi yang peneliti butuhkan.
10. Teman – teman Marcomm 2017 , teman-teman seperjuangan, Retno Yuniarti yang selalu sangat membantu dalam penyusunan dan memberikan banyak motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Rafika, Citra, Bobby, Indra, Agnes, dan semua teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, semangat untuk kalian semua.
11. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti telah berupaya dengan optimal, namun tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan, oleh karena itu dengan tangan terbuka untuk menerima masukan yang membangun. Semoga tulisan ini berguna bagi semua pihak yang memanfaatkannya.

Jakarta, Februari 2022

Melina Triani



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	25
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	25
2.2.2 Media Baru (New Media).....	26
2.2.3 Media Promosi Digital.....	27
2.2.4 Media Sosial	31

2.2.5 Instagram	34
2.2.6 Teori The Circular Model of SOME by Regina Luttrell	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma penelitian	40
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Subjek Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1 Data Primer.....	45
3.4.2 Data Sekunder	47
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.5.1 Teknik Keabsahan Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	51
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Profil Perusahaan.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Promosi Streethouse melalui media sosial Instagram selama tahun 2021....	53
4.2.2 Pemanfaatan Instagram Sebagai media Promosi	57
4.2.3 Pelaksanaan / Aktivitas Promosi.....	71
4.2.3.1 Pembuatan Konten.....	72
4.2.3.2 Penggunaan fitur instagram akun @streethousecoffee	76
4.3 Pembahasan	83
4.3.1 Analisis Promosi Streethousecoffee melalui Instagram	84

4.3.2 Analisa The Circuler Mode of SOME	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
Daftar Pustaka	98
Daftar Lampiran.....	102



DAFTAR GAMBAR :

Gambar 1.1 10 Negara dengan pengguna Instagram Terbanyak-hingga Juli 2021.....	1
Gambar 1.2 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021).....	8
Gambar 1.3 Konten Instagram @streethousecoffee.....	10
Gambar 2.4 Teori The Circular Model of Some By Regina Luttrell.....	38
Gambar 3.5 Triangulasi sumber(Sumber : Sugiyono (2013)).....	50
Gambar 4.6 Logo Street House	52
Gambar 4.7 unggahan produk pada akun @Streethousecoffee.....	59
Gambar 4.8 Instagram Story pada akun @Streethousecoffee.....	63
Gambar 4.9 Unggahan terkait kenyamanan di Street House.....	68
Gambar 4.10 Unggahan terkait event yang berlangsung di Street House.....	71
Gambar 4.11 Konten Produk Akun Instagram @Streethousecoffee.....	72
Gambar 4.12 Konten Promosi Akun Instagram @Streethousecoffee.....	73
Gambar 4.13 Konten Edukasi Akun Instagram @Streethousecoffee.....	74
Gambar 4.14 Konten Informatif Akun Instagram @Streethousecoffee.....	75
Gambar 4.15 Pengikut Akun Instagram @Streethousecoffee.....	77
Gambar 4.16 Unggahan Akun Instagram @Streethousecoffee.....	77
Gambar 4.17 Instagram Story Akun Instagram @Streethousecoffee.....	78
Gambar 4.18 Highlight Akun Instagram @Streethousecoffee.....	80
Gambar 4.19 IGTV Akun Instagram @Streethousecoffee.....	81
Gambar 4.20 Reels Akun Instagram @Streethousecoffee.....	82
Gambar 4.21 Analisis rate engagement akun @Streethousecoffee.....	92

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....25

