



**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *COFFE*
SHOP SOJA HOUSE DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
DAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata-1 (S1) Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Di susun oleh :

Aisyah Azizah

44318010005

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aisyah Azizah
NIM : 44318010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Advertising & Marketing Communication

Judul Skripsi : **IMPLEMENTASI PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *COFFE SHOP* SOJA HOUSE DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

Dengan ini menyatakan bahwa penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil dari karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan ini bukan merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang diunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas akan sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 17 Juli 2022
Yang membuat pernyataan



(Aisyah Azizah)

Pembimbing

(Yogi Prima Muda, S.Pd, M. Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
COFFE SHOP SOJA HOUSE DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI**

Nama : Aisyah Azizah

NIM 44318010005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 29 Juli 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Yogi Prima Muda, M.Ikom)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
COFFE SHOP SOJA HOUSE DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI**

Nama : Aisyah Azizah

NIM : 44318010005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 29 Juli 2022

1. Ketua Sidang

Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(.....)

2. Penguji Ahli

Dr. Farid Hamid, M. Si


(.....)

3. Dosen Pembimbing

Yogi Prima Muda, M.Ikom


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI
COFFE SHOP SOJA HOUSE DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI**

Nama : Aisyah Azizah

NIM : 44318010005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 29 Juli 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

**Ketua Bidang Studi
Advertising & Marketing Communication**

(Yogi Prima Muda, M.Ikom)

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul : “Impementasi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi *Coffe Shop* Soja House dalam meningkatkan *Brand Awareness* dan Penjualan di masa Pandemi”. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik berupa doa, tenaga dan pikiran dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Yogi Prima Muda, M.Ikom. Selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi, yang telah memberikan waktu, ilmu dan tenaga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed. selaku Ketua Sidang sekaligus Kepala Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen bidang studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti.
6. Kak dinno selaku owner dan pengelola social media *coffe shop* Soja House yang telah bersedia menjadi subjek penelitian untuk skripsi ini.
7. Ayah H. Edy Sukrisno & Ibu Tanti selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan dan doa untuk penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
8. Admirasadi, Ella Xenia, Zahwa Salsabilla selaku sahabat peneliti yang telah memberikan bantuan dalam bentuk tenaga dan

dukungan moral untuk melewati masa sulit dan menyelesaikan penelitian ini.

9. Acen, Wafa, Jasmin, Rifqa, Nunu, Aya, Aufa, Aldy, Ganesh, Afif, Mpi, Luthfi, Ikhsan, Abid, selaku sahabat peneliti semasa SMA yang selalu membantu peneliti dalam masa sulit dalam perkuliahan.
10. Natasha Marcella, Septiandini Rizky, Gusti Qurrota Aini, Nabila Febriyanti, Rasyid Ridho, Ajeng Choiriyah, Khanifah Muslimah, Mayanda Tsaqqaffah, Namira Anastasya, Wulan Anggraeni selaku sahabat penulis semasa perkuliahan berlangsung.
11. Marcomm 2018 selaku teman seperjuangan selama 4 tahun menempuh perkuliahan bersama.
12. Terima kasih kepada diri saya sendiri untuk segala perjuangan dan kesabaran agar bisa di titik ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk mendapatkan hasil yang lebih baik pada masa yang akan datang, dan tidak lupa harapan dari penulis semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 12 Mei 2022

Aisyah Azizah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYAAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2. Integrated Marketig Communication	16
2.2.3. Social Media Marketing.....	19
2.2.4. Instagram.....	20
2.2.5. Brand Awareness	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1. Paradigma Penelitian.....	23
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.3. Subjek Penetiliaan	24
3.4. Teknik Pengumpulan Data	25
3.4.1. Data Primer	25
3.4.2. Data Sekunder	26

3.5. Teknik Analisa Data.....	26
3.6. Teknik Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.1.1. Gambaran Umum Coffee shop Soja House	28
4.2. Hasil Penelitian	29
4.2.1 Komunikasi Pemasaran	31
4.2.2. Integrated Marketing Communication	35
4.2.3. Social Media Marketing	43
4.2.4. Instagram.....	45
4.2.5. Brand Awareness.....	49
4.3. Pembahasan.....	50
4.3.1. Komunikasi Pemasaran Masa Pandemi	51
4.3.2. Integrated Marketing Communication	53
4.3.3. Social Media Marketing	56
4.3.4. Instagram sebagai media promosi efektif.....	57
4.3.5. Brand Awareness.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Coffee Shop Soja House	4
Gambar 1. 2 Suasana Coffee Shop Soja House	5
Gambar 4.2. 1 Product Soja House	37
Gambar 4.2. 2 Lokasi Soja House.....	38
Gambar 4.2. 3 Daftar Menu Soja House	40
Gambar 4.2. 4 Instagram Soja House.....	47
Gambar 4.1 1 Logo Soja House.....	28



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Bauran Promosi.....	17
Tabel 4. 2.1 Segmentasi, Targeting, Positioning	34

