



**KONSTRUKSI GAYA HIDUP MASYARAKAT MODERN  
DALAM DIGITAL MARKETING STARBUCKS INDONESIA  
MELALUI AKUN TWITTER @sbuxindonesia  
(Studi Analisis Framing Murray Edelman)**

**TESIS**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Oleh**

**LULUK SRI UTAMI**

**55212120011**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**2015**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

1. Judul : Konstruksi Gaya Hidup Masyarakat Modern Dalam  
Dalam Digital Marketing Starbucks Indonesia Melalui  
Akun Twitter @sbuxindonesia  
(Studi Analisis Framing Murray Edelman)
2. Nama : Luluk Sri Utami
3. NIM : 55212120011
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 01 Juli 2015

Jakarta, 01 Juli 2015

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

3. Pembimbing

Dr. Heri Budianto, M.Si

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

1. Judul : Konstruksi Gaya Hidup Masyarakat Modern Dalam  
Dalam Digital Marketing Starbucks Indonesia Melalui  
Akun Twitter @sbuxindonesia  
(Studi Analisis Framing Murray Edelman)
2. Nama : Luluk Sri Utami
3. NIM : 55212120011
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 01 Juli 2015

Jakarta, 01 Juli 2015

Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Dr. Nur Kholisoh, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli  
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

3. Pembimbing  
Dr. Heri Budianto, M.Si

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN**

1. Judul : Konstruksi Gaya Hidup Masyarakat Modern Dalam  
Dalam Digital Marketing Starbucks Indonesia Melalui  
Akun Twitter @sbuxindonesia  
(Studi Analisis Framing Murray Edelman)
2. Nama : Luluk Sri Utami
3. NIM : 55212120011
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 01 Juli 2015

Pembimbing

**Dr. Heri Budianto, M.Si**

Direktur Pascasarjana

**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi

**Dr. Nur Kholisoh, M.Si**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Konstruksi Gaya Hidup Masyarakat Modern Dalam Dalam Digital Marketing Starbucks Indonesia Melalui Akun Twitter @sbuxindonesia (Studi Analisis Framing Murray Edelman)  
Bentuk Tesis : Penelitian  
Nama : Luluk Sri Utami  
NIM : 55212120011  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 01 Juli 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 01 Juli 2015





## KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmannirahim

Assalamualaikum wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian akhir ini. Dengan segala perjuangan dan pengorbanan serta doa yang tiada henti dan akhirnya Tesis yang berjudul “Konstruksi Gaya Hidup Masyarakat Modern Dalam Digital Marketing Starbucks Indonesia melalui Akun Twitter @sbuxindonesia (Studi Analisis Framing Murray Edelman).” telah dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Pascasarjana (S2) Magister Ilmu Komunikasi konsentrasi Corporate Communication Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa selama menjalani proses penelitian, tentunya penulis tak lepas dari kendala dan hambatan. pembuatan Tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan bimbingan, petunjuk, serta masukan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Dr. Heri Budiyanto, M.Si** selaku Dosen pembimbing tesis, terima kasih banyak atas kesabaran, *support* dan segala masukan-masukan serta nasihat yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. **Dr. Nur Kholisoh, M.Si**, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan selaku ketua sidang Tesis.
3. **Dr. Henni Gusfa, M.Si**, Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan juga dosen penguji pada seminar proposal yang telah memberi motivasi serta dukungan kepada penulis
4. **Dr. Ahmad Mulyana, M.Si**, selaku dosen penguji pada sidang tesis, terima kasih untuk segala saran dan masukan yang diberikan pada saat sidang tesis.
5. **Para Staff TU Mkom** terima kasih atas segala bantuannya mengenai kelancaran administrasi dan surat menyurat.
6. **Para Staff Perpustakaan** yang telah memberikan kelancaran untuk dapat menyelesaikan tesis ini, terima kasih atas pinjaman buku-bukunya.

7. **Kedua Orang Tua Penulis Ayahanda Alm. Slamet Marjupianto dan Ibunda Dariyah** yang telah memberikan dukungan moral kepada penulis dan kelulusan ini dipersembahkan untuk Ayahanda penulis.
8. **Pihak-pihak lain** yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis, seperti teman-teman Magister Komunikasi dan teman-teman terdekat penulis baik dikantor maupun diluar kantor, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini kepada penulis.

Dalam penelitian ini penulis menyadari dengan kerendahan hati bahwa penelitian ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan didalamnya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk memperbaiki penulisan ini.

Dengan segala kekurangan dan kelebihannya, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.



Jakarta, Juli 2015

**Luluk Sri Utami**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAKSI .....	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN .....	vi
PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian sebelumnya yang relevan.....	12
2.2. Kerangka Pemikiran.....	19



2.2.1 Konstruksi Sosial dan Realitas Media.....	19
2.2.2 Analisis New Media Dalam Kehidupan Sosial.....	22
2.2.3 Tinjauan Gaya Hidup Teoritis Masyarakat.....	27
2.2.4 Twitter Sebagai Media Sosial Masyarakat Modern.....	29
2.2.5 Konseptualisasi Digital Marketing.....	34
2.2.6 Aktualisasi Masyarakat Modern Dalam Akun Twitter.....	40
2.2.7 Pengertian Framing.....	50
2.2.8 Akun Twitter Dalam Pandangan Framing M. Edelman.....	52
2.2.9 Bagan Kerangka Pemikiran.....	55
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian dan Kajian Akademis.....	53
3.2 Paradigma Penelitian.....	53
3.3 Metodologi Penelitian.....	54
3.4 Unit Analisis Data.....	56
3.5 Teknik Analisis Dan Pengumpulan Data.....	56
3.6 Teknik Analisa Data.....	57
3.7 Definisi Konseptual.....	58
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	60
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Starbucks Indonesia.....	62
4.1.1 Logo Starbucks.....	64
4.1.2 Twitter Starbucks Indonesia @sbuxindonesia.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	69

4.2.1 Deskripsi Penemuan.....	69
4.2.1 Hasil Analisis Data.....	97
4.3 Pembahasan.....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	116
5.2 Saran Penelitian.....	117
5.2.1 Saran Akademis/Teoritis.....	117
5.2.2 Saran Praktis .....	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 1.2 : Definisi Analisa Framing Dari Beberapa Tokoh.....	51
Tabel 4.1 : Bentuk konstruksi dalam penggunaan bahasa .....	100
Tabel 4.2 : Bentuk Konstruksi Aktualisasi Informasi.....	104
Tabel 4.3 : Bentuk Konstruksi Visualisasi Aktivitas .....	107



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konstruksi Realitas Sosial Dalam Media Massa .....	16
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	56
Gambar 3.1 Bagan Teknik Analisis Framing Murray Edelman .....	58
Gambar 4.1 Logo Starbucks.....	63
Gambar 4.2 Halaman Home Akun Twitter @sbuxindonesia. ....	65
Gambar 4.3 Tweet Penggunaan Bahasa Inggris .....	70
Gambar 4.4 Tweet Penggunaan Bahasa Inggris .....	72
Gambar 4.5 Tweet Penggunaan Bahasa Inggris .....	73
Gambar 4.6 Tweet Penggunaan Bahasa Indonesia .....	74
Gambar 4.7 Tweet Aktualisasi Informasi (isu lingkungan).....	76
Gambar 4.8 Tweet Aktualisasi Informasi (isu lingkungan).....	77
Gambar 4.9 Tweet Aktualisasi Informasi (isu lingkungan).....	78
Gambar 4.10 Tweet Aktualisasi Informasi (info Promosi).....	79
Gambar 4.11 Tweet Aktualisasi Informasi (info Promosi).....	80
Gambar 4.12 Tweet Aktualisasi Informasi (info Promosi).....	82
Gambar 4.13 Tweet Aktualisasi Informasi (info Promosi).....	84
Gambar 4.14 Tweet Aktualisasi Informasi (info Promosi).....	85
Gambar 4.15 Tweet Aktualisasi Informasi (info event).....	87
Gambar 4.16 Tweet Aktualisasi Informasi (info identitas).....	88
Gambar 4.17 Tweet Aktualisasi Informasi (info identitas).....	88
Gambar 4.18 Tweet Aktualisasi Informasi (info identitas).....	89

Gambar 4.19 Tweet Visualisasi Aktivitas (Aktivitas diluar Gerai).....	91
Gambar 4.20 Tweet Visualisasi Aktivitas (Aktivitas diluar Gerai).....	92
Gambar 4.21 Tweet Visualisasi Aktivitas (Aktivitas diluar Gerai).....	93
Gambar 4.22 Tweet Visualisasi Aktivitas (Aktivitas didalam Gerai).....	94
Gambar 4.23 Tweet Visualisasi Aktivitas (Aktivitas didalam Gerai).....	96
Gambar 4.24 Bagan Analisa Framing dan Konstruksi Realitas Sosial.....	109
Gambar 4.25 Bagan Temuan Penelitian.....	111

