



**ANALISA PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI  
PROMOSI JAHE MERAH CAP CANGKIR MAS**  
(Studi Deskriptif Kualitatif: @cangkirmas.ofc)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata  
1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Marketing Komunikasi

Disusun Oleh:

**AHMAD KEVIN GUNADI**

UNIVERSITAS

**44316120029**  
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Kevin Gunadi

Nim : 44316120029

Program Studi : Advert & Marcom

Judul Skripsi : ANALISA PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM  
SEBAGAI PROMOSI JAHE MERAH CAP CANGKIR MAS

Menyatakan bahwa Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 06 Februari 2023



Ahmad Kevin Gunadi

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Ahmad Kevin Gunadi  
NIM : 44316120029  
Program Studi : Advert & Marcom  
Judul Laporan Skripsi : **ANALISA PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI JAHE MERAH CAP CANGKIR MAS**

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Diploma 3/Strata 1/Strata 2 pada Program Studi Advert & Marcom., Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si  
NIDN : 031204670  
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D  
NIDN : 0324128202  
Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom  
NIDN : 031612201

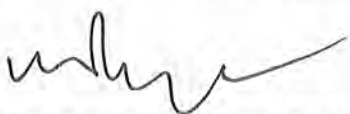


UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Kevin Gunadi  
Nim : 44316120029  
Program Studi : Advert & Marcom  
Judul Skripsi : **ANALISA PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM  
SEBAGAI PROMOSI JAHE MERAH CAP CANGKIR MAS**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi Disertasi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 06 Februari 2023



## ABSTRAK

Nama : Ahmad Kevin Gunadi  
NIM : 44316120029  
Program Studi : Advert & Marcom  
Judul Laporan Skripsi : ANALISA PEMANFAATAN MEDIA  
INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI JAHE MERAH CAP CANGKIR  
MAS

Di Era new media saat ini, berbagai model komunikasi pemasaran dapat digunakan. Salah satunya media sosial Instagram yang dapat digunakan sebagai media promosi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa media sosial Instagram sebagai media promosi untuk suatu brand. Apa saja strategi yang dilakukan, serta hambatan dan solusi apa yang dapat dilakukan untuk memaksimalkan media sosial Instagram sebagai media promosi oleh Jahe merah cap cangkir mas

Penelitian ini menggunakan Paradigma *Post-Positivis* dimana peneliti tidak terlibat langsung dalam peristiwa dan membutuhkan triangulasi data untuk mendapat keabsahan data. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan proses pengumpulan data dengan cara wawancara narasumber yang terkait dengan penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa instagram sebagai media promosi dirasa cukup efektif untuk meningkatkan engagement antara konsumen dan brand. Instagram bisa menjadi salah satu solusi media promosi yang tidak memerlukan banyak biaya untuk melakukan produksi atau monitoring. Instagram juga menjadi media yang sangat disukai oleh banyak orang karena lebih interaktif dan visual. Sehingga Instagram bisa menjadi solusi bagi para brand untuk memulai kegiatan promosi dan branding secara efektif dan mudah

**Kata Kunci:** Media Promosi, Digital Marketing, Media Sosial, Instagram

## **ABSTRACT**

Name : Ahmad Kevin Gunadi  
NIM : 44316120029  
Study Program : Advert & Marcom  
Title Internship Report : ANALYSIS OF THE USE OF INSTAGRAM  
MEDIA AS A PROMOTION OF RED GINGER CAP CANGKIR MAS

In the current era of new media, various marketing communication models can be used. One of them is Instagram social media which can be used as promotional media. The purpose of this study is to analyze Instagram social media as a promotional medium for a brand. What are the strategies carried out, as well as obstacles and what solutions can be done to maximize social media Instagram as a media promotion by Jahah merah cap klip mas

This study uses the Post-Positiveist Paradigm where researchers are not directly involved in events and require data triangulation to obtain data validity. The research method used is qualitative with the process of collecting data by interviewing sources related to the research.

The results of this study indicate that Instagram as a promotional medium is considered effective enough to increase engagement between consumers and brands. Instagram can be a promotional media solution that doesn't require a lot of money for production or monitoring. Instagram is also a media that is liked by many people because it is more interactive and visual. So that Instagram can be a solution for brands to start promotional and branding activities effectively and easily

Keywords: Media Promotion, Digital Marketing, Social Media, Instagram

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Dimana proposal ini peneliti sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul skripsi yang peneliti ambil sebagai berikut, "ANALISA PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI PROMOSI JAHE MERAH CAP CANGKIRMAS". Tujuan penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat menyelesaikan Tugas Akhir skripsi pada Jurusan Advertising and Marketing Communication Universitas Mercu Buana Jakarta. Selama proses penulisan skripsi ini peneliti telah usahakan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan proposal ini. Untuk itu peneliti tidak lupa menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam pembuatan proposal ini. Izinkan peneliti mengucapkan terima kasih banyak, khususnya kepada :

1. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan dan arahan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
2. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen pengajar peneliti selama berkuliah di Universitas Mercu Buana
5. Bapak Sugiban & Ibu Sukarni selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan dukungan penuh terhadap peneliti sehingga tugas akhir peneliti dapat selesai.
6. Yunika selaku Istri dari peneliti.
7. Naufal Azmi Mahbar & Ibu Endang selaku informan dari penelitian ini sekaligus pendiri dari Jahe Merah Cap Cangir Mas
8. Hanifa Audelia Ginanti selaku Adik Kandung dari penelitian ini.
9. Teman-teman dari Marcom angkatan 2016 yang selalu mendukung peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu peneliti mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan

untuk kedepannya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna khususnya bagi peneliti dan bagi para pembaca sebagai bahan referensi teori atau untuk kebutuhan praktikum.

Jakarta, 27 Februari 2023





## DAFTAR ISI

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS	
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kajian Teoritis .....	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.2 Media Baru (New Media) .....	19
2.2.3 Media Promosi Digital .....	21

2.2.4 Media Sosial .....	24
2.2.5 Instagram .....	26
2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	35
3.2 Metode Penelitian .....	36
3.3 Subjek Penelitian .....	37
3.4 Lokasi Penelitian .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5.1 Data Primer .....	38
3.5.2 Data Sekunder .....	38
3.6 Teknik Analisis Data .....	39
3.6.1 Reduksi .....	39
3.6.2 Display .....	39
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Profil Perusahaan .....	43
4.1.2 Struktur Organisasi .....	43
4.2 Hasil Penelitian .....	45

<b>4.2.1 Komunikasi Pemasaran Jahe Merah Cap Cangkir Mas melalui</b>	
<b>instagram .....</b>	<b>46</b>
<b>4.2.2 Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Prmosi .....</b>	<b>48</b>
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
<b>4.3.1 Komunikasi Pemasaran Jahe Merah Cap Cangkir Mas .....</b>	<b>55</b>
<b>4.3.2 Analisa Media Promosi Instagram Jahe Merah Cap Cangkir Mas</b>	
<b>(The Circuler Mode OfSome) .....</b>	<b>56</b>
<b>BAB V Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>60</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>.....</b>
<b>Gambar 1.1 Pengguna Aktif Instagram di Dunia .....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 1.2 Profil Instagram dan Konten Jahe Merah Cap Cangkir Mas ....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 1.3 Logo Jahe Merah Cap Cangkir Mas .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 1.4 Struktur Organisasi Jahe Merah Cap Cangkir Mas .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 1.5 Konten Instagram .....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar 1.6 Konten Instagram .....</b>	<b>53</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>.....</b>
<b>Table 1: Daftar Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>18</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA