



**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@KOPINAKO.ID DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

**LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Disusun Oleh:**

**Muhammad Aulia Rahman**

**44321110026**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2024**

### HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Aulia Rahman

NIM : 4432111026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kopinako.id Dalam Meningkatkan Penjualan

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi 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 Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 14 November 2023



Muhammad Aulia Rahman

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

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

Nama : Muhammad Aulia Rahman

NIM : 44321110026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kopinako.id Dalam Meningkatkan Penjualan.

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 saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 November 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Aulia Rahman

## HALAMAN PENGESAHAN

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

Nama : Muhammad Aulia Rahman  
NIM : 44321110026  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram @kopinako.id Dalam Meningkatkan Penjualan

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A.  
NIDN : 0317089402  
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D  
NIDN : 0329018104  
Penguji Ahli : Sumanjaya, M.Ikom  
NIDN : 0324128202




Jakarta, 14 November 2023

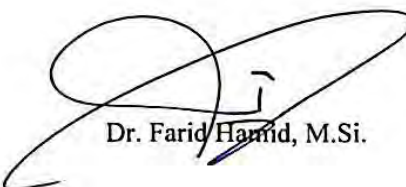
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.



Dr. Farid Hamid, M.Si.

## ABSTRAK

Nama : Muhamad Aulia Rahman  
NIM : 44321110026  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan : Pemanfaatan Sosial Media Instagram  
Skripsi : @kopinako.id untuk meningkatkan penjualan.  
Pembimbing : Engga Probi Endri, S. I. Kom, M. A

Penelitian ini bertujuan mengetahui pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media promosi Kopi Nako. Media sosial berperan sebagai media promosi suatu product agar semakin dikenal oleh banyak orang, dengan membuat pesan semenarik mungkin untuk mendapat perhatian dari konsumen sehingga dapat meningkatkan hasil penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Instagram @kopinako.id memiliki kemampuan untuk mentransmisikan berbagai macam petunjuk menjadi sebuah informasi, melalui fitur-fitur Instagram yang dimanfaatkan oleh Instagram @kopinako.id, petunjuk-petunjuk yang ada dapat ditransmisikan menjadi sebuah informasi bagi para pengikut dari Instagram @kopinako.id, baik dalam bentuk visual maupun audioan visual. Sehingga petunjuk-petunjuk yang ada dapat ditransmisikan oleh Instagram @kopinako.id dalam bentuk informasi terkait produknya. Secara tidak langsung penggunaan Instagram @kopinako.id sangatlah tepat bagi para informan sebagai sumber informasi perkopian mereka. Dengan beberapa unggahan yang selalu memberikan ruang diskusi bagi para pengikutnya, sehingga hal ini dapat melengkapi konsep dari komunikasi yaitu adanya interaksi dua arah, pada Instagram @kopinako.id, interaksi dua arah ini berlangsung antara Instagram @kopinako.id dengan para pengikutnya.

Instagram @kopinako.id dapat menempatkan gaya bahasa yang tepat di setiap fitur-fitur yang digunakan, misalnya di fitur feeds walaupun gaya bahasa yang digunakan sederhana dan dikemas secara singkat namun Instagram @kopinako.id tetap menjadikan sebuah informasi dapat diterima secara jelas oleh para pengikutnya, sedangkan pada fitur Reels Instagram @kopinako.id tetap menggunakan gaya bahasa yang sederhana, namun lebih cara penyampaian informasi oleh Instagram @kopinako.id lebih mendalam serta detail dalam menyampaikan sebuah informasi. Dengan hasil penelitian yang peneliti dapatkan usai melakukan wawancara dengan para informan kemudian melihat hal tersebut dari sudut pandang *Media Richness Theory* mengenai empat faktor utama yang menjadi tolak ukur dalam menentukan kekayaan sebuah media, Instagram @kopinako.id berhasil memenuhi empat faktor yang menjadi tolak ukur tersebut.

**Kata Kunci:** *Penjualan, Instagram, Media Sosial*

## ABSTRACT

Name : Muhamad Aulia Rahman  
NIM : 44321110026  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title Internship Report : Pemanfaatan Sosial Media Instagram @kopinako.id untuk meningkatkan penjualan.  
Counselor : Engga Probi Endri, S. I. Kom, M. A

*This research aims to determine the use of Instagram social media as a promotional medium for Kopi Nako. Social media acts as a promotional medium for a product to make it more known to many people, by making the message as attractive as possible to get the attention of consumers so that it can increase sales results.*

*This research uses descriptive research methods with a qualitative approach. Instagram @kopinako.id has the ability to transmit various kinds of instructions into information, through the Instagram features utilized by Instagram @kopinako.id, existing instructions can be transmitted into information for followers of Instagram @kopinako.id, both in visual and audiovisual form. So that existing instructions can be transmitted by Instagram @kopinako.id in the form of information related to the product. Indirectly, the use of Instagram @kopinako.id is very appropriate for informants as a source of information about their coffee. With several uploads that always provide discussion space for followers, this can complement the concept of communication, namely two-way interaction, on Instagram @kopinako.id, this two-way interaction takes place between Instagram @kopinako.id and its followers.*

*Instagram @kopinako.id can put the right language style in every feature used, for example in the feeds feature, even though the language style used is simple and packaged briefly, Instagram @kopinako.id still makes information clearly acceptable to its followers. , while the Instagram @kopinako.id Reels feature still uses a simple language style, but the way of conveying information by Instagram @kopinako.id is more in-depth and detailed in conveying football information.*

*With the research results that researchers obtained after conducting interviews with informants and then looking at this from the perspective of Media Richness Theory regarding the four main factors that are benchmarks in determining the richness of a media, Instagram @kopinako.id succeeded in fulfilling the four factors that are benchmarks. .*

**Keywords: Sales, Instagram, Social Media**



## KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT, karena berkat Rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pemanfaatan Media Sosial [@kopinako.id](https://www.instagram.com/kopinako.id) Dalam Meningkatkan Penjualan**” tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Penulis sangat ber-terimakasih kepada orang tua yang selalu memberikan doa, motivasi dan kepercayaan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terimakasih juga atas dukungan materi dan moril serta kasih sayang yang tiada henti untuk penulis.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini, diantaranya yang terhormat

1. **Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng**, Selaku Rektor Universitas Mercubuana Jakarta yang telah menyediakan institusi pendidikan, karenanya penulis dapat melanjutkan jenjang pendidikan Strata-1 (S1).
2. **Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mecubuana.
3. **Dr. Farid Hamid, M.Si.** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unikom atas ilmu, motivasi serta nasihat kepada penulis.
4. **Engga Probi Endri, S. I. Kom. M. A.** Selaku Dosen Pembimbing yang sudah bersedia membimbing peneliti dari awal hingga akhir skripsi ini disusun dengan baik.
5. **Melly Ridaryanthi, M. soc.Sc, Ph.D** Selaku Ketua Penguji yang memfasilitasi, mengatur serta menilai penulis dalam memperesentasikan dan mempertanggungjawabkan serta memeriksa naskah skripsi dan memastikan keasliannya.
6. **Sumanjaya, M. I. Kom** Selaku Penguji ahli, dosen yang ditunjuk oleh program studi untuk mengevaluasi kemampuan mahasiswa dalam mempertahankan hasil penelitiannya yang tersusun dalam skripsi

7. **Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Mercubuana** khususnya konsentrasi Humas, yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama perkuliahan
8. Terimakasih kedua orang tua saya Halimah, S.Pt, M.M dan Dandy Setiaji yang telah mensupport penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih Kepada Michelia yang sudah mmberi dukungan selama masa penulisan Skripsi ini
10. Terimakasih kepada teman-teman yang tidak bias disebutkan satu- satu, yang selama ini turut membantu dan menemani penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

Penyempurnaan Skripsi ini penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran yang diberikan. Semoga hasil dari Skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin. Wassalamualaikum.  
Wr.Wb

**Jakarta, Desember 2023**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Penulis

Muhammad Aulia Rahman

NIM. 44321110026



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Kajian Teoritis .....	24
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Digital .....	25
2.2.3 New Media .....	26

2.2.4 Media Sosial.....	28
2.2.5 Instagram.....	29
2.2.6 Pemanfaatan Media Sosial.....	34
2.2.7 Media Richness Theory.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Subjek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	41
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	42
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Kopi Nako.....	45
4.1.3 Tujuan Perusahaan.....	46
4.1.4 Struktur Organisasi.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.3 Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66

5.2.1	Saran Akademis .....	66
5.2.2	Saran Praktis .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>71</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase perbandingan penggunaan media sosial di Indonesia ....	1
Gambar 1. 2 Presentase perbandingan penggunaan media sosial di Indonesia ....	4
Gambar 1. 3 Presentase pengguna Instagram di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Profil Instagram Coffee shop di Indonesia.....	8
Gambar 1.5 Profil, Feed, dan Reels dari akun Instagram @kopinako.id .....	10
Gambar 1.6 Promosi Online Kopi Nako melalui sosial media Instagram.....	12
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kopi Nako .....	46
Gambar 4.2 Ruang Media Sosial @kopinako.....	49
Gambar 4.3 Feed Instagram @kopinako.id .....	51
Gambar 4.4 Feed Instagram @kopinako.id .....	54
Gambar 4.5 Feed Instagram @kopinako.id .....	56
Gambar 4.6 Tampilan Bio Akun Instagram @kopinako.id.....	57
Gambar 4.7 Feed Instagram @kopinako.id .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
--------------------------------------	----

