



**Pengelolaan Instagram @janjiancoffee Untuk Membangun *Engagement*
Customer**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Hubungan Masyarakat*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:
Muhammad Fiqri
44219210037

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fiqri

NIM : 44219210037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Instagram @janjiancoffee Untuk Membangun
Engagement Customer

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, 6 September 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Fiqri
NIM : 44219210037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Instagram @janjiancoffee Untuk Membangun
Engagement Customer

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.

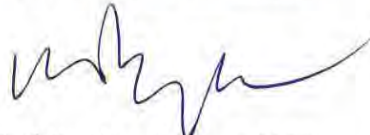
Disahkan oleh:

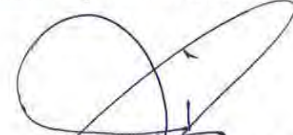
Pembimbing 1 : Nur Intan Pangesti Subrianto, S.IKom, M.IKom ()
NIDN : 0314109001
Ketua Penguji : Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si ()
NIDN : 8941650022
Penguji Ahli : Dewi Ambarsari, M.Ikom ()
NIDN : 0303047803

Jakarta, 6 September 2023

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. 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 : Muhammad Fiqri
NIM : 44219210037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengelolaan Instagram @janjiancoffee Untuk Membangun
Engagement Customer

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, 24 Agustus 2023
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCU BUA


(Muhammad Fiqri)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah.SWT atas berkat dan rahmat yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik dan selesai. Dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materi sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Nur Intan Pangesti Subrianto, S.IKom, M.IKom selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir
2. Seluruh jajaran Dosen dan Staff Fakultas Program Studi *Public relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Teristimewa khusus kepada kedua orang tua yang telah memberikan segala bentuk dukungan, semangat, doa yang tidak pernah putus, serta semua kasih sayang secara moral maupun materi yang telah diberikan kepada penulis sehingga laporan ini terselesaikan dengan baik dan tepat.
4. Teman-teman seperjuangan PR angkatan 2019 yang sama sama tengah berjuang.
5. Seluruh dosen S1 Ilmu Komunikasi jurusan *public relations* yang telah bersedia berbagi ilmu dalam perkuliahan.
6. Sahabat-sahabat saya sedari MABA yaitu Khaisan Zata, Fepri Septian, Ridho Dwi, Nova Hadian, Araffi Sanandika, Rifky, Budiansyah, Fikri Pratama Terimakasih sudah menjadi penyemangat sekaligus pengingat dan teman yang baik selama 3,5 tahun. Sukses ya kalian!
7. Sahabat-sahabat saya sedari SMP yaitu Gregory Valencia, Fathia Aziz, Reza Nugraha, dan Indira Azzahra yang telah menjadi bagian dari penyemangat saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Terimakasih kepada orang spesial saya yaitu Meliana Armitha Sari yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan penelitian ini dan selalu ada dalam keadaan susah maupun senang

Hanya ucapan terimakasih yang mampu penulis sampaikan dan seraya berdoa mudah - mudahan segala kebaikan yang diberikan memperoleh amal kebaikan yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Mudah – mudahan proposal penelitian ini dapat bermanfaat.

Saya sebagai peneliti menyadari bahwa proposal ini belum sempurna, masih terdapat kesalahan dalam hal penulisan kata maupun kekurangan dalam penyampaian materi. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan kami. Semoga proposal ini bermanfaat untuk memberikan informasi dan wawasan bagi masyarakat. Selain itu juga bermanfaat untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyajikan laporan yang lebih jelas dan lengkap ke depannya. Demikian yang dapat saya ucapkan, Terima Kasih.

Jakarta, 6 Maret 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad Fiqri



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teori.....	16
2.2.1 Public relations.....	16
2.2.2 Strategi Public Relations	18
2.2.3 Peran dan Kegiatan Public relations	18
2.2.4 E-PR (Elektronik Public relations).....	19
2.2.5 Media Sosial.....	21

2.2.6	Instagram.....	22
2.2.7	Konsep Social Media Management (SOME).....	24
2.2.8	Engagement.....	27
BAB III.....		29
METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Paradigma Penelitian.....	29
3.2	Metode Penelitian.....	30
3.3	Subjek Penelitian.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1	Data Primer	33
3.4.2	Data Sekunder	33
3.5	Teknik Analisis Data.....	33
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	35
BAB IV		37
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Logo Janjian Coffee	39
4.1.2	Struktur Organisasi Janjian Coffee	40
4.1.3	Media Sosial Janjian Coffee.....	40
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Pengelolaan Media Sosial Instagram @janjiancoffee.....	43
4.2.2	Strategi dalam meningkatkan <i>Engagement</i> Janjian Coffee melalui Instagram	52
4.2.3	Dampak Dari Pengelolaan Konten di Instagram @janjiancoffee ...	59
4.2.4	Ketertarikan <i>Followers</i> terhadap Janjian Coffee.....	64
4.3	Hasil Pembahasan.....	69
4.3.1	Tahap <i>Share</i>	72
4.3.2	Tahap Optimize.....	73
4.3.3	Tahap <i>Manage</i>	74
4.3.4	Tahap <i>Engage</i>	76

BAB V.....	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Akademis	79
5.2.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram @janjiancoffee	1
Gambar 1.2 Logo Instagram @janjiancoffee	2
Gambar 1.3 Data Pengguna Instagram Di Indonesia pada Januari 2023	4
Gambar 4.1 Outdoor Cafe Janjian Coffe Beranda Sua Bogor	37
Gambar 4.2 Indoor Café Janjian Coffee Beranda Sua Bogor	38
Gambar 4. 3 Hot Coffee Janjian Coffee	38
Gambar 4.4 Waffle Ice Cream Janjian Coffee.....	39
Gambar 4.5 Logo Janjian Coffee	39
Gambar 4.6 Struktur Organisasi Janjian Coffee.....	40
Gambar 4.7 Akun Instagram Janjian Coffee (Update pertanggal 25 Juli 2023) ...	40
Gambar 4.8 Akun Tiktok Janjian Coffee	41
Gambar 4.9 Akun Youtube Janjian Coffee.....	42
Gambar 4.10 Repost Followers dan Salah Satu Event Janjian Coffee	46
Gambar 4.11 Feeds Instagram dan Story Instagram dengan Menggunakan Fitur Vote	50
Gambar 4.12 Bentuk interaksi dengan Followers melalui komen	51
Gambar 4.13 Bentuk Interaksi dengan Followers Melalui Komen Instagram.....	55
Gambar 4.14 Janjian Coffee repost postingan followers	55
Gambar 4.15 Cafe Janjian Coffee	58
Gambar 4.16 Interaksi dengan customers Janjian Coffee	58
Gambar 4.17 Proses pembuatan kopi Janjian Coffee.....	59
Gambar 4.18 Feeds instagram Janjian Coffee.....	62
Gambar 4.19 Konten Tiktok Janjian Coffee	63
Gambar 4.20 <i>Google Review Janjian Coffee</i>	63

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kompetitor Janjian Coffee	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Data Informan	31



UNIVERSITAS
MERCU BUANA