



**ANALISA PENGGUNAAN INSTAGRAM *COFFEE SHOP* KOPI WATON
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Di susun oleh :

Raqqah Erza Pratama

44319010039

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raqqah Erza Pratama

NIM : 44319010039

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jurusan : *Advertising & Marketing Communication*

Judul Skripsi : *Analisa Penggunaan Instagram Coffee Shop Kopi Waton dalam Meningkatkan Brand Awareness*

Dengan ini saya menyatakan bahwa penulisan skripsi yang telah saya buat merupakan hasil dari karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang di dampingi oleh dosen pembimbing. Penulisan ini bukan merupakan hasil plagiarisme atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumentasi, data dan hasil yang digunakan dapat dinyatakan dengan jelas narasumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperikasa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 November 2023



Raqqah Erza Pratama

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Raqqah Erza Pratama
NIM : 44319010039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Advertising & Marketing Communication*
Judul Skripsi : *Analisa Penggunaan Instagram Coffee Shop Kopi Waton dalam Meningkatkan Brand Awareness*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebaga bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjan Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Prodi *Advertising & Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:


Pembimbing : Wiyanto Hidayatullah M.Ikom (.....)
NIDN : 0330019002
Ketua Sidang : Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, MA (.....)
NIDN : 0303069401
Penguji Ahli : Muthia Rahayu, M.Ikom (.....)
NIDN : 0322029302


Jakarta, 16 November 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi


Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si


Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

KATA PENGANTAR

Penulis ingin menyampaikan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas karunia, bimbingan dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: “Analisa Penggunaan Instagram *Coffee Shop* Kopi Waton Dalam Membangun *Brand Awareness*”. Sehubungan dengan itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan doa, tenaga dan pikirannya hingga selesainya skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Wiyanto Hidayatullah M.Ikom. Selaku dosen pembimbing dalam penyusunan penelitian sebagai syarat lulus, yang telah memberikan waktu, ilmu dan tenaga sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, MA. Selaku ketua Sidang Akhir yang sudah memberikan masukan dan saran untuk peneliti.
3. Muthia Rahayu, M.Ikom. selaku Penguji Ahli yang sudah memberikan kritik dan saran yang membangun untuk peneliti dalam menyelesaikan sidang akhir.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pada kelas Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen bidang studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti.
8. Kak Fadi dan Kak Doni selaku owner dan pengelola *social media coffee shop* Kopi Waton yang telah bersedia menjadi subjek penelitian untuk skripsi ini.
9. Papa Erwin & Mama Emilizas selaku orang tua dari peneliti yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Kenny Alya Nabila selaku kekasih penulis yang selalu menyemangati dan mendukung dalam keadaan apapun.
11. Aditya Noer Alfarisie selaku sahabat penulis yang telah memberikan bantuan dalam bentuk tenaga maupun dukungan moral untuk melewati masa sulit untuk menyelesaikan penelitian ini.
12. Adel Ghiffari Abiatna, Afkar azhfar, Rangga Akbar, Surya, Haikal, Cumin. Sahabat penulis pada masa perkuliahan berlangsung.

13. Kepada penulis karena telah berhasil menyelesaikan penelitian ini dan bisa lewat masa sulit selama perkuliahan sampai dengan akhir.

Peneliti memahami bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna mencapai hasil yang lebih baik di masa yang akan datang, dan juga tidak lupa harapan penulis agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, 16 November 2023

Raqqah Erza Pratama



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

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

Nama : RAQQAH ERZA PRATAMA

NIM : 44319010039

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : “Analisa Penggunaan Instagram *Coffee Shop* Kopi Waton dalam Meningkatkan *Brand Awareness*”.

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 Skripsi saya selama tetap men-cantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 November 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yang menyatakan,



Raqqah Erza Pratama

Universitas Mercu Buana
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Advertising and Marketing Communication*
Raqqah Erza Pratama
44319010039

Analisa Penggunaan Instagram *Coffee Shop* Kopi Waton Dalam Membangun *Brand Awareness*

Bibliografi : 5 Bab 78 hal + 4 Lampiran + 2 buku + 18 Jurnal + 4 Data Website

ABSTRAK

Media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan sebuah *brand* atau usaha kepada masyarakat luas agar lebih dikenal dengan *brand* itu sendiri, namun *brand awareness* juga sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan sebuah usaha.

Kesadaran merek dapat dilakukan melalui sosial media untuk memperkenalkan dan menumbuhkan kepercayaan terhadap *audiencenya*. melalui media sosial Kopi Waton berusaha untuk meningkatkan *brand awareness* kepada *audience* agar dapat memperkenalkan dan memperluas khalayaknya.

Penelitian ini membahas mengenai analisa penggunaan Instagram *coffee shop* Kopi Waton dalam membangun *brand awareness*. Kopi Waton berdiri sejak tahun 2019, namun dalam meningkatkan *brand awareness* Kopi Waton baru memulai melalui sosial media Instagram. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Narasumber dalam penelitian yaitu *owner* dan sosial media dari Kopi Waton dan pengunjung sekaligus followers instagram @kopiwatan.

Penulis melakukan observasi secara langsung melalui sosial media @kopiwatan untuk mendukung penelitian ini dan melakukan wawancara dengan narasumber. Teori yang digunakan penulis pada penelitian ini adalah *Marketing* Komunikasi, Karakteristik Media Sosial, Penggunaan Media Sosial, dan *brand awareness*.

Hasil dari penelitian ini merupakan strategi yang diterapkan pada Instagram untuk membuat *audience* awaren dengan brand. Dalam meningkatkan *brand awareness* Kopi Waton memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di Instagram sebagai sarana publikasi dan promosi secara efektif untuk mendapatkan cakupan yang lebih luas lagi.

Kata Kunci : Instagram, Media Sosial, *Brand Awareness*, *Marketng*, *Komunikasi Pemasaran*, *Coffee Shop*

*Mercu Buana University
Communication Science Study Program
Faculty of Communication
Field of study Advertising and Marketing Communication
Raqqah Erza Pratama
44319010039*

Instagram Usage Analysis Coffee Shop Waton Coffee in Building Awareness

Bibliography : 5 Chapters 78 pages + 4 Attachments + 2 books + 18 Journals + 4 Website Data

ABSTRACT

Social media can be used to introduce something brand or efforts to make it better known to the wider community brand itself, however brand awareness It is also very necessary for the sustainability of a business.

Brand awareness can be done through social media to introduce and grow trust the audience. through social media Waton Coffee tries to improve brand awareness to audience in order to introduce and expand its audience.

This research discusses the analysis of Instagram usage coffee shop Waton Coffee in building brand awareness. Waton Coffee was founded in 2019, but is still improving brand awareness Kopi Waton just started through social media Instagram. In this research the author used a qualitative descriptive research method. The resource person in the research is owner and social media from Kopi Waton and visitors and Instagram followers @kopiwaton.

The author made direct observations via social media @kopiwaton to support this research and conducted interviews with sources. The theory used by the author in this research is Marketing Communication, Characteristics of Social Media, Use of Social Media, and brand awareness.

The results of this research are strategies applied to Instagram to make the audience aware of the brand. In improving brand awareness Kopi Waton utilizes the features available on Instagram as an effective means of publication and promotion to gain wider coverage.

Keywords: Instagram, Social Media, Brand Awareness, Marketing, Marketing Communications, Coffee Shop

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis.....	16
2.2.1. Komunikasi.....	16
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	16
2.2.3. <i>Social Media Marketing</i>	19
2.2.4. <i>Penggunaan Sosial Media</i>	19
2.2.5. <i>Sosial Media Instagram</i>	21
2.2.6. <i>Brand Awareness</i>	23
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1. Paradigma Penelitian	25
3.2. Metode Penelitian	27
3.3. Subjek Penelitian	27
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	28

3.4.1. Data Primer	29
3.4.2. Data Sekunder	30
3.5. Teknik Analisa Data	30
3.6. Teknik Keabsahan Data	31
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1. Sejarah Perusahaan	33
4.1.2. Logo Kopi Waton	33
4.1.3. Struktur Organisasi Kopi Waton	34
4.1.4. Instagram Kopi Waton	34
4.2. Hasil Penelitian	35
4.2.1. Karakteristik Media Sosial Instagram @kopiwatan.....	35
4.2.2. Penggunaan Media Sosial Instagram @kopiwatan dalam meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	44
4.2.3. Faktor Pendukung Terbentuknya Brand Awareness @kopiwatan.....	58
4.3. Pembahasan	62
BAB V	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Saran.....	75
5.2.1. Saran Akademis.....	75
5.2.2. Saran Praktis	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Volume Penjualan Kopi	2
Gambar 1. 2 Suasana Kopi Waton Petukangan	3
Gambar 1. 3 Profile Instagram Kopi Waton	5
Gambar 1. 4 Content Promosi Instagram Kopi Waton	6
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness.....	23
Gambar 3. 1 Siklus Analisa Data.....	30
Gambar 4. 1 Logo Kopi Waton.....	33
Gambar 4. 2 Instagram Kopi Waton	35
Gambar 4.1. 1 Content Promosi Kopi Wato.....	37
Gambar 4.1. 2 Story Interaksi Polling Kopi Waton	38
Gambar 4.1. 3 Content Kolaborasi dengan Media.....	41
Gambar 4.1. 4 Paket Promo bundling Kopi Waton.....	45
Gambar 4.1. 5 Content Feeds Interaksi Kopi Waton	46
Gambar 4.1. 6 Content Hiburan Kopi Waton	48
Gambar 4.1. 7 Screen Shoot Komentor Followers Kopi Waton	53
Gambar 4.1. 8 Instastory Testimoni Kopi Waton	54
Gambar 4.1. 9 Screenshot Feeds Kopi Waton	55
Gambar 4.1. 10 Screenshot Story Campaign	57
Gambar 4.1. 11 Review Pelanggan Kopi Waton	60

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1. 2 Struktur Organisasi Kopi Waton.....	34

