



**PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM KOPI KENANGAN
DALAM MENINGKATKAN CITRA
(PERIODE OKTOBER 2024 – JULI 2025)**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nayaka Widyadhari

44221110024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nayaka Widyadhari

NIM : 44221110024

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Instagram Kopi Kenangan Dalam
Meningkatkan Citra (Periode Oktober 2024 - Juli 2025)

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2025



Nayaka Widyadhari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nayaka Widyadhari
NIM : 44221110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Instagram Kopi Kenangan Dalam
Meningkatkan Citra (Periode Oktober 2024 - Juli 2025)

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	: Dr. Farid Hamid, M.Si.	
NIDN	: 0301117301	
Ketua Penguji	: Novi Erlita, S.Sos.	
NIDN	: 0309118502	
Penguji Ahli	: Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Ikom.	
NIDN	: 0726067701	

Jakarta, 2 September 2025

Mengetahui,

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 : Nayaka Widyadhari
NIM : 44221110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Instagram Kopi Kenangan Dalam
Meningkatkan Citra (Periode Oktober 2024 - Juli 2025)

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, 2 September 2025

Yang menyatakan,



Nayaka Widyadhari

ABSTRAK

Nama : Nayaka Widyadhari
NIM : 44221110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Instagram Kopi Kenangan Dalam Meningkatkan Citra
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

Industri kopi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat pesat seiring meningkatnya konsumsi kopi di kalangan masyarakat. Persaingan yang ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk berinovasi dan membangun strategi komunikasi digital yang efektif. Salah satu brand kopi yang berhasil memanfaatkan peluang ini adalah Kopi Kenangan melalui akun Instagram resminya, @kopikenangan.id.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif untuk memahami bagaimana strategi komunikasi digital Kopi Kenangan melalui Instagram berperan dalam membangun citra merek dan memperkuat hubungan dengan konsumen. Fokus penelitian diarahkan pada pemanfaatan fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan Highlight yang digunakan secara konsisten dan strategis untuk membentuk persepsi publik terhadap brand.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram Stories dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang cepat, dinamis, dan interaktif untuk menyampaikan pesan singkat, promosi, maupun sisi humanis perusahaan. Instagram Reels berperan dalam memperkuat citra premium Kopi Kenangan melalui konten singkat yang menonjolkan kualitas produk, pengalaman sensorik, serta emosional konsumen. Sementara itu, Highlight berfungsi sebagai arsip digital permanen yang menampilkan promo, kampanye sosial, hingga produk baru dengan tampilan visual yang konsisten, sehingga menegaskan profesionalisme dan identitas brand.

Secara keseluruhan, strategi pemanfaatan Instagram oleh Kopi Kenangan tidak hanya meningkatkan promosi, tetapi juga membangun reputasi positif, memperluas jangkauan pasar, memperkuat loyalitas konsumen, serta menciptakan hubungan emosional dengan komunitas digital.

Kata kunci: Industri kopi, komunikasi digital, Instagram, Branding.

ABSTRACT

Name : Nayaka Widyadhari
NIM : 44221110024
Study Program : Communication Studies
Title Report : *Kopi Kenangan's Utilization of Instagram to Enhance its Image*
Counsellor : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

The coffee industry in Indonesia has shown rapid growth in line with the increasing coffee consumption among society. Intense competition demands that every business player innovate and develop effective digital communication strategies. One coffee brand that has successfully taken advantage of this opportunity is Kopi Kenangan, through its official Instagram account, @kopikenangan.id.

This research employs a constructivist paradigm with a qualitative approach to understand how Kopi Kenangan's digital communication strategy on Instagram plays a role in building brand image and strengthening relationships with consumers. The study focuses on the use of Instagram features such as Stories, Reels, and Highlights, which are applied consistently and strategically to shape public perception of the brand.

The findings show that Instagram Stories are used as a fast, dynamic, and interactive communication medium to deliver short messages, promotions, and the human side of the company. Instagram Reels contribute to reinforcing Kopi Kenangan's premium image through short content highlighting product quality, sensory experiences, and consumer emotions. Meanwhile, Highlights function as a permanent digital archive showcasing promotions, social campaigns, and new products with consistent visual presentation, thereby emphasizing the brand's professionalism and identity.

Overall, Kopi Kenangan's Instagram strategy not only enhances promotion but also builds a positive reputation, expands market reach, strengthens consumer loyalty, and creates an emotional connection with the digital community.

Keywords: Coffee industry, digital communication, Instagram, Bandung.

KATA PENGANTAR

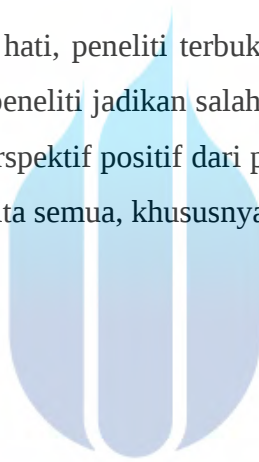
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Nikmat dan Rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Peneliti berharap semoga skripsi yang berjudul "**Pemanfaatan Media Instagram Kopi Kenangan Dalam Meningkatkan Citra**" dapat menambah pengetahuan serta pengalaman bagi para pembaca.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, selaku dosen pembimbing sekaligus Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, yang dengan sabar telah mengarahkan, membimbing, dan memberikan ilmu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Novi Erlita, S.Sos., MA., selaku ketua sidang.
3. Dewi Sad Tanti, M.Ikom., selaku penguji.
4. Nur Kholisoh, Prof, Dr. M.Si, selaku dosen PA.
5. Bapak/Ibu Dosen pengajar Program Studi S1 Ilmu Komunikasi.
6. Staff TU Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu.
7. Orang tua tercinta, Sari Wijayanti, Almarhum Yudi Darmawan, Jamallulail, Ati, serta saudara tersayang Thariq Raihan dan Eyang Tari atas pengorbanan yang tidak ternilai. Terima kasih untuk dukungan dan motivasi yang tiada henti selama ini baik secara moral, material, serta doa, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.
8. Keluarga peneliti yang telah memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Thoriq Aziz Farhannudin sebagai orang yang sangat istimewa bagi peneliti karena selalu menemani dan memberikan dukungan dari awal penelitian hingga akhir penelitian.

10. Tamara Nissa Fadhilla sebagai sahabat terbaik yang selalu menemani peneliti disaat senang maupun sedih.
11. Reihans Atuanisa dan Amanda Olyvia sebagai sahabat yang menemani, memberi motivasi, dan membantu semua proses dalam menyelesaikan skripsi.
12. Rekan kantor yang telah memberi dukungan agar peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
13. Teman – teman peneliti yang selalu menghibur dan memberikan dukungan.
14. Semua pihak terkait yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala dukungan dan doa dalam menyelesaikan skripsi.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti terbuka atas kritik maupun saran yang membangun. Hal ini akan peneliti jadikan salah satu referensi pembelajaran atas respon, persepsi, hingga perspektif positif dari para pembaca. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bidang Ilmu Komunikasi.



Jakarta, 01 Agustus 2025

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Nayaka Widyadhari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teoritis	11
2.3 Public Relations.....	13
2.4 Media Sosial	15
2.5 Jenis – Jenis Media Sosial	17

2.6 Instagram	19
2.7 Citra	21
2.8 New media	22
2.9 Produk Knowledge dari Kopi Kenangan	25
2.10Konten Publikasi	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Unit Analisis	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder	37
3.5 Teknik Analisa Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Proses Pemanfaatan Media Instagram oleh Kopi Kenangan dalam Meningkatkan Citra	44
4.2.2 Pemanfaatan Fitur Instagram sebagai Media <i>Branding</i> Dalam Meningkatkan Citra	58
4.2.3Pemanfaatan fitur seperti <i>Instagram Stories, Reels</i>	59
4.2.4 <i>Highlight</i> Sebagai Galeri Identitas <i>Brand</i>	65
4.2.5Kampanye Digital dan Aktivasi <i>Branding</i> Dalam Meningkatkan Citra	72
4.3 Pembahasan	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran akademis	103
5.2.2 Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	112



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Instagram.....	2
Gambar 1.2	Akun Instagram Kopi Kenangan.....	4
Gambar 4.1	Logo Kopi Kenangan	40
Gambar 4.2	Profil Instagram Kopi Kenangan.....	41
Gambar 4.3	Konsep Konten	45
Gambar 4.4	Postingan Kolaborasi Kopi Kenangan.....	47
Gambar 4.5	Penguatan Identitas Visual Dan Brand Personality	50
Gambar 4.6	Postingan Penggunaan Gaya Bahasa Yang Khas	53
Gambar 4.7	Postingan Instagram Story.....	59
Gambar 4.8	Postingan Instagram Story Team Kopi Kenangan	61
Gambar 4.9	Postingan Instagram Reels	62
Gambar 4.10	Postingan Highlight.....	66
Gambar 4.11	Postingan Kampanye Kopi Kenangan.....	75
Gambar 4.12	Aktivitas Branding Kopi Kenangan	77
Gambar 4.13	Data Hasil Likes Dari Postingan Aktivitas Branding.....	78

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keterangan Produk Dari Kopi Kenangan.....	25
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Curiculum Vitage.....	112
Lampiran 2	Profil Instagram Kopi Kenangan	113
Lampiran 3	Postingan Instagram Kopi Kenangan	114
Lampiran 4	Data Trafic Instagram Kopi Kenangan Periode 25 Juli – 25 Agustus 25	115
Lampiran 5	Data Pertumbuhan Followers Instagram Kopi Kenangan Periode 2023-2025	115
Lampiran 6	Data Pertumbuhan Media Count Instagram Kopi Kenangan Periode 2023-2025	115
Lampiran 7	Data Pertumbuhan Followers Instagram Periode 25 Juli -25 Agustus 2025	116

