

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN “BRIX COFFEE & KITCHEN” MELALUI MEDIA
INSTAGRAM 2021**

Dosen Pembimbing : Nur Sofyan, S.I.Kom., M.I.Kom



Disusun oleh :

Dicky Aryazeta

20170530235

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dicky Aryazeta
Nomor Mahasiswa : 20170530235
Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / *Advertising*
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan “BRIX COFFEE & KITCHEN” melalui Media Instagram 2021

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip mau pun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 17 Januari 2022



Dicky Aryazeta

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur, Terima kasih kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan anugerah, nikmat, kekuatan, dan rencana yang luar biasa, hingga saya berhasil melalui segala proses dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Saya persembahkan karya ini dengan sepenuh hati kepada kedua orangtua saya, Nanang Kuswanto dan Heni Widayanti, serta adik saya, Jastin Aryaduta Ramadhan atas segala do'a, dukungan, dan kasih yang menyertai setiap perjalanan hidup saya sampai di titik ini.

Terima kasih kepada Nur Sofyan, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan kesempatannya untuk membimbing saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Terima kasih kepada teman-teman baik saya selama masa kuliah, yang senantiasa memberikan dukungan hingga membantu saya sampai di titik akhir dalam proses kuliah saya.

Terima kasih juga kepada siapa pun yang telah menyempatkan diri untuk terlibat dalam proses penelitian saya dalam pengerjaan tugas akhir ini.

Dan tentunya, terima kasih kepada Dicky Aryazeta, diri saya sendiri, atas segala hal yang telah dilalui dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan “BRUX COFFEE & KITCHEN” melalui Media Instagram 2021”.

Penulisan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar sarjana Strata-I di Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Proses penulisan laporan skripsi ini tentunya tak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya untuk semua pihak yang telah mendukung dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terutama, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia berupa kekuatan, kesabaran, kemudahan, dan karunia lainnya yang selalu hadir membersamai penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Fisipol, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A., selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Nur Sofyan, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang senantiasa meluangkan waktu dan usaha dalam memberikan dukungan dan bimbingan, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph. D. dan Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. yang telah berkenan menjadi dosen penguji saya, terima kasih atas masukan dan sarannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis.
7. Seluruh karyawan dan staf Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu memudahkan penulis selama berkuliah di prodi Ilmu Komunikasi UMY.
8. Pihak BRIX COFFEE & KITCHEN yang dengan ikhlas memberikan informasi-informasi yang penulis butuhkan terkait penelitian ini.
9. Informan penelitian saya, serta semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa hasil karya ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk berdiskusi dan berharap akan ada saran dan kritik yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Penulis



Dicky Aryazeta

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	11
1. Komunikasi Pemasaran	11
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	16
3. Pemasaran Digital	23
F. Metode Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Sumber Data	28
3. Teknik Pengumpulan Data	29
4. Teknik Analisis Data	31
5. Uji Validitas	32
BAB II PROFIL OBYEK PENELITIAN	33
A. Profil BRIX Coffee & Kitchen	33
B. Visi dan Misi	36

C. Struktur Organisasi	36
D. Logo dan Tagline	38
E. Lokasi dan Jam Operasional	40
BAB III HASIL PENELITIAN	41
A. Hasil Penelitian	41
1. Share	43
2. Optimize	55
3. Manage	58
4. Engage	63
B. Pembahasan	68
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Akun Instagram BRIX Coffee & Kitchen dan kompetitor	7
---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Profil akun Instagram BRIX Coffee & Kitchen	5
Gambar 1.2 : <i>The Circular Model of Some</i>	17
Gambar 2.1 : Suasana BRIX Coffee & Kitchen 1.0	33
Gambar 2.2 : Daftar menu BRIX Coffee & Kitchen	35
Gambar 2.3 : Struktur Organisasi BRIX Coffee & Kitchen	37
Gambar 2.4 : Logo BRIX Coffee & Kitchen	39
Gambar 3.1 : Komunikasi Pemasaran BRIX Coffee & Kitchen di Instagram ..	44
Gambar 3.2 : Postingan BRIX Coffee & Kitchen di media sosial Instagram ...	46
Gambar 3.3 : Contoh menu makanan di BRIX Coffee & Kitchen	49
Gambar 3.4 : Konsumen sedang mengerjakan tugas	51
Gambar 3.5 : <i>Instastory</i> Akun Instagram BRIX Coffee & Kitchen	53
Gambar 3.6 : Penataan <i>feed</i> Instagram BRIX Coffee & Kitchen	55
Gambar 3.7 : Bio Instagram BRIX Coffee & Kitchen	56
Gambar 3.8 : Konten Instagram BRIX Coffee & Kitchen	60
Gambar 3.9 : Acara kerjasama dengan komunitas L-Band	64
Gambar 3.10 : Promo dari Instagram BRIX Coffee & Kitchen	66
Gambar 3.11 : Acara kerjasama dengan komunitas Rumah Bareng Film	67