

**Manajemen Konten Kedai Kopi Tiga Torak Melalui Media Sosial *Instagram*
Dalam Meningkatkan Penjualan Tahun 2021**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

Helmi Nur Ihsan

20180530077

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Helmi Nur Ihsan

NIM : 20180530077

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis



Helmi Nur Ihsan

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih terhadap seluruh pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya, baik membantu dalam memberikan motivasi dan semangat, serta memberikan bimbingan selama penyusunan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa bahagia saya persembahkan:

1. Allah SWT. Dengan segala Kuasa-Nya telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menjalankan penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Dan sholawat serta salam juga tercurahkan pada junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW atas karunia-Nya.
2. Kedua orang tua saya. Dengan segala kesabarannya untuk selalu mendoakan serta memberikan support penuh atas apa yang sedang saya lakukan dan agar bisa bertahan serta menyelesaikan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya.
3. Bapak Aly Aulia, Lc, M.Hum dan Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, MA. selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu, kesempatan dan kesediaannya dalam membimbing serta mengarahkan penelitian dari awal hingga akhir penelitian ini.
4. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP, MA, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.

5. Mas Rindhang Bima Yudha selaku pemilik kedai kopi Tiga Torak. Terima kasih banyak telah meluangkan waktu dan telah bersedia memberikan informasi serta data dan membantu saya dalam proses penelitian ini.
6. Teman-teman dan sahabat saya yang tidak dapat saya sebut satu persatu yang terus memberikan semangat dan pengertiannya. Terima kasih sudah mau direpotkan dan banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2018. Terima kasih sudah turut andil dalam perjalanan skripsi ini. Semangat terus buat kalian!!!
8. Dosen dan staff Ilmu Komunikasi UMY yang selalu sabar dalam membantu mahasiswa/i-nya, tak lupa dengan informasi-informasi yang selalu diberikan. Terima kasih.
9. Serta kepada semua orang-orang baik yang turut andil dan berjasa dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih banyak, semoga Allah membalas setiap kebaikan kalian.

MOTTO

Fabi ayyi aalaaa'i Rabbikumaa tukazzibaan

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu
dustakan?”

QS. Ar-Rahman Ayat 13

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan Ridha-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Konten Kedai Kopi Tiga Torak Melalui Media Sosial *Instagram* Dalam Meningkatkan Penjualan Tahun 2021”. Penelitian ini disusun guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S-1), Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang atas izin, berkah dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UMY.
3. Bapak Aly Aulia, Lc, M.Hum dan Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, MA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Taufiqur Rahman, S.IP, MA, Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.

5. Mas Rindhang Bima Yudha selaku pemilik kedai kopi Tiga Torak. Terima kasih banyak telah meluangkan waktu dan telah bersedia memberikan informasi serta data dan membantu saya dalam proses penelitian ini.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis dan kepada mahasiswa/i, serta kepada seluruh staff Ilmu Komunikasi yang telah membantu administrasi dan informasi kepada mahasiswa/i-nya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tentu masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 16 Januari 2023

Penulis,



Helmi Nur Ihsan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
Abstrak	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	14
C. TUJUAN PENELITIAN.....	14
D. MANFAAT PENELITIAN	15
1. Manfaat Teoritis	15
2. Manfaat Praktis	15
E. KAJIAN TEORI	15
1. Media sosial.....	15
2. Manajemen Media Sosial	18
3. Tahap-Tahap Manajemen Media Sosial.....	21
4. Instagram.....	24
F. METODE PENELITIAN	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Lokasi Penelitian	28
3. Teknik Pengumpulan Data	28
4. Teknik Analisis Data.....	29
5. Uji Validitas data.....	31
G. Sistematika Penulisan	32

BAB II Gambaran Objek Penelitian	34
A. Sejarah Tiga Torak.....	34
B. Visi.....	35
C. Misi	35
D. Logo Kedai Kopi Tiga Torak.....	36
E. Lokasi.....	37
F. Media sosial Instagram @tigatorak.....	37
F. Struktur Organisasi	39
G. Suasana Kedai Kopi Tiga Torak	39
BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	41
A. Sajian Data	41
1. Share (Bagikan)	41
2. Optimize (Mengoptimalkan)	45
3. Manage (Mengelola)	47
4. Engage (Melibatkan)	49
B. Pembahasan	51
1. Proses <i>Share</i> (membagikan).....	52
2. Proses <i>Optimize</i> (optimalisasi).....	55
3. Proses <i>Manage</i> (pengelolaan)	56
4. Proses <i>Engage</i> (melibatkan)	58
BAB IV Kesimpulan dan Saran	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
Lampiran.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Google review.....	3
Gambar 1.2 Logo Kedai Kopi Tiga Torak.....	4
Gambar 1.3. Media Sosial paling banyak dipakai pengguna internet Indonesia...6	
Gambar 1.4 : Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif oleh Miles and Hubberman.....	31
Gambar 2.1 Logo Kedai Kopi Tiga Torak.....	36
Gambar 2.2 Instagram Kedai Kopi Tiga Torak.....	38
Gambar 2.3 Peta Lokasi Kedai Kopi Tiga Torak.....	37
Gambar 2.4 Suasana Kedai Kopi Tiga Torak.....	40
Gambar 2.5 Suasana Kedai Kopi Tiga Torak.....	40
Gambar 3.1 Foto dan video konten <i>instagram</i>	42
Gambar 3.2 Komentar Para Pengikut di <i>instagram</i>	44
Gambar 3.3 Hastag yang digunakan Tiga Torak didalam konten <i>instagram</i>	46
Gambar 3.4 <i>insight instagram @tigatorak</i>	48
Gambar 3.5 Kolaborasi Tiga Torak dengan Bakerly Band.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah followers dan postingan akun.....	5
Tabel 1.2 Penelitian terdahulu.....	6
Tabel 2.1 : Tabel Omset Penjualan Kedai Kopi Tiga Torak	62
Tabel 2.2 : Grafik Peningkatan Jumlah Penjualan Kedai Kopi Tiga Torak.....	63