

**Strategi Komunikasi Pemasaran Space Roastery dalam Meningkatkan  
Penjualan *Merchandise* Melalui Media Sosial Instagram @space.roastery**

**Tahun 2023**

**Skripsi**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Agnes Purnama Wati**

**20200530145**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agnes Purnama Wati

NIM : 20200530145

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Strategi Komunikasi Pemasaran Space Roastery dalam Meningkatkan Penjualan Merchandise Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2023"** adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya terbukti sebagai plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 5 Oktober 2024



Agnes Purnama Wati

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Syukur Alhamdulillahil'alamin, segala puji dan Syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang saya tulis dapat terselesaikan dengan baik. Usaha, perjuangan, dan yang telah penulis lewati hingga memperoleh gelar Sarjana S1) di Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta hingga dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan kepada pihak yang memberikan dukungan serta dorongan kepada penulis selama berproses. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dalam segala ketulusan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi terimakasih atas ketulusannya memberikan arahan, saran, masukan, dan ilmu yang telah diberikan.
2. Ibu Dr. Phil Wulan Widyasari, S. Sos, M.A selaku Dosen Pembimbing skripsi, terima kasih telah memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, arahan, dan semangat kepada penulis hingga selesai proses penulisan skripsi ini.
3. Kepada pihak Space Roastery, terima kasih telah mengizinkan dan meluangkan waktunya untuk saya melakukan penelitian di Space Roastery, terima kasih atas bantuan arahan kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada orang tuaku tersayang, Bapak Purbadi dan Ibu Anis terima kasih banyak telah mendukung segala hal sehingga penulis mencapai target yang diinginkan. Untuk Bapak yang berada di surga, terima kasih segala hal yang Bapak usahakan sehingga penulis mendapatkan pengalaman yang sangat berharga.
5. Kakak dan adiku tercinta, Andi Putro Utomo, Rini Setaningsih, Ella Marisa Puspita terimakasih atas semangat dan dukungannya kepada penulis selama ini. Terima kasih banyak kalian tetap menemani dalam segala hal yang terjadi.
6. Difa Andira, terima kasih telah menemani, memberi semangat, mendengarkan keluh kesah penulis selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak Amin dan Bapak Eka, terima kasih semangat dan dukungannya untuk penulis berproses selama menimba ilmu di Yogyakarta.
8. Teman-temanku tersayang Herbi, Alya, Dinda, Eka, Rahma, Enji, Salwa, Jatul, dan Teh Putri terima kasih atas semangat, motivasi, masukan, dan sarannya. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesahku selama ini, kalian terhebat, sukses selalu kalian.
9. Untuk Mba Avivah, Mas Ajid, Bapak Abe terima kasih telah menemani selama proses skripsi ini ditulis. Terima kasih doa, semangat, dan dukungannya, aku sayang kalian.
10. Terima kasih untuk Agnes Purnama Wati telah mengerjakan semuanya selama ini, kamu hebat.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim Alhamdulillahirabbil'alamin,

Segala puji dan syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Space Roastery dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan *Merchandise* Melalui Media Sosial Instagram @space.roastery Tahun 2023". Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyo M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
2. Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
3. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan selaku Dosen Penguji;
4. Dr. Phil Wulan Widyasari, S. Sos, M.A selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan saran, arahan, nasihat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan, penulis harap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan serta kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini.

Yogyakarta, 24 September 2024



Agnes Purnama Wati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>Daftar Tabel</b> .....	vii
<b>Daftar Gambar</b> .....	viii
<b>Daftar Bagan</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	x
<b>ABSTRACT</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
1. Manfaat Teoritis.....	16
2. Manfaat Praktis .....	16
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	16
1. Komunikasi Pemasaran.....	16
2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	22
3. Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.....	27
<b>F. Metode Penelitian</b> .....	30
<b>G. Objek Penelitian</b> .....	31
<b>H. Lokasi Penelitian</b> .....	31
<b>I. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	31
<b>J. Teknik Analisis Data</b> .....	35
<b>K. Uji Validitas</b> .....	36
<b>L. Sistematika Penulisan</b> .....	37
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	39
A. Sejarah dan Profil Space Roastery .....	39
1. Sejarah .....	39

2.	Visi dan Misi.....	40
3.	Slogan/Moto.....	40
4.	Struktur Organisasi .....	41
5.	Program Kerja.....	41
B.	<i>Merchandise</i> Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Space Roastery	44
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
<b>A. Sajian Data.....</b>		<b>50</b>
1.	Tahapan Komunikasi Pemasaran <i>Merchandise</i> Space Roastery Tahun 2023.....	50
2.	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Merchandise</i> Space Roastery Tahun 2023 pada Fitur Instagram .....	62
<b>B. Pembahasan .....</b>		<b>74</b>
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>91</b>
A.	Kesimpulan.....	91
B.	Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>101</b>

## Daftar Tabel

<b>Tabel 1. 1</b>	Data Jumlah Followers dan Postingan Akun .....	5
<b>Tabel 3. 1</b>	Tanggal Publikasi Merchandise Space Roastery Tahun 2023 .....	64
<b>Tabel 3. 2</b>	Penjualan Merchandise Space Roastery 2022 dan 2023 .....	73
<b>Tabel 3. 3</b>	Penjualan Merchandise Space Roastery Tahun 2023.....	74

## Daftar Gambar

<b>Gambar 1. 1</b> Data Alasan Utama Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	1
<b>Gambar 1. 2</b> Instagram Space Roastery.....	4
<b>Gambar 1. 3</b> Publikasi <i>Merchandise</i> di Instagram Space Roastery.....	8
<b>Gambar 1. 4</b> Publikasi <i>Merchandise</i> di Instagram Space Roastery.....	9
<b>Gambar 1. 5</b> Publikasi Konsumen <i>Merchandise</i> Space Roastery .....	12
<b>Gambar 2. 1</b> <i>Merchandise</i> Pertama Space Roastery.....	46
<b>Gambar 2. 2</b> <i>Merchandise</i> Kaos Home Brewer Indonesia .....	46
<b>Gambar 2. 3</b> Publikasi <i>Merchandise</i> di Instagram Space Roastery.....	47
<b>Gambar 2. 4</b> Publikasi <i>Merchandise</i> di Instagram Space Roastery.....	48
<b>Gambar 3. 1</b> Facebook dan Tiktok Space Roastery.....	57
<b>Gambar 3. 2</b> Komentar Instagram pada publikasi <i>merchandise</i> Space Roastery tahun 2023.....	61
<b>Gambar 3. 3</b> Publikasi <i>merchandise</i> tahun 2023 pada feed Instagram.....	63
<b>Gambar 3. 4</b> Caption publikasi <i>merchandise</i> 2023 pada Instagram.....	66
<b>Gambar 3. 5</b> Publikasi <i>merchandise</i> tahun 2023 pada Stories Instagram Space Roastery.....	68
<b>Gambar 3. 6</b> Hashtag pada publikasi <i>merchandise</i> Space Roastery tahun 2023.	70
<b>Gambar 3. 7</b> Mention audiens Space Roastery pada stories Instagram .....	71
<b>Gambar 3. 8</b> Komentar audiens pada publikasi <i>merchandise</i> Space Roastery tahun 2023.....	73



## Daftar Bagan

<b>Bagan 2. 1 Struktur Organisasi.....</b>	<b>41</b>
--	-----------