

**Manajemen Pengelolaan Konten Akun Instagram @space.roastery dalam
Membangun *Brand image* Melalui Sosial Media *Campaign***

#NoWrongWayToBrewCoffee pada Tahun 2022

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

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

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Difa Andira / 20200530136

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 : Difa Andira
NIM : 20200530136
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Manajemen Pengelolaan Konten Akun Instagram @space.roastery dalam Membangun *Brand Image* Melalui Sosial Media Campaign #NoWrongWayToBrewCoffee pada Tahun 2022”** 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, 7 Oktober 2024



Difa Andira

HALAMAN PERSEMBAHAN

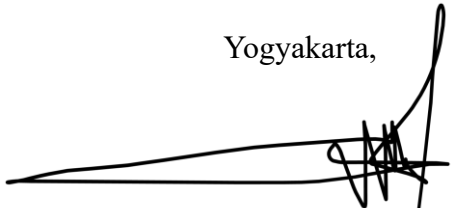
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan semangat selama proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dengan penuh kebahagiaan, penulis mempersembahkan:

1. Allah SWT dengan segala kuasa-Nya telah memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Dan sholawat serta salam juga tercurahkan pada junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW atas karuniaNya.
2. Untuk orang tua saya yang sudah mendidik dan memberikan dukungan dan semangat kepada saya. Untuk Ibu saya Euis Ratningsih yang sudah memberikan dukungan, doa dan menjadi alasan bagi saya agar bisa menyelesaikan perkuliahan dan sesuai dengan harapan orang tua saya.
3. Bapak Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn. Selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu, kesempatan dan kesediaannya untuk membimbing saya dalam penelitian ini dari awal hingga selesainya penelitian ini.
4. Mas Slamet, Mas Rangga dan Mba Ica selaku narasumber penelitian ini. Terima kasih telah bersedia memberikan informasi dan membantu untuk penelitian ini.

5. Agnes Purnama Wati yang sudah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan perkuliahan dan penelitian saya.
6. Dan semua pihak yang terlibat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini, saya ucapkan terima kasih yang sebesar besarnya.

Yogyakarta,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Difa Andira', written over a horizontal line. The signature is stylized and somewhat abstract, with several loops and a vertical line extending downwards from the right side.

Difa Andira

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

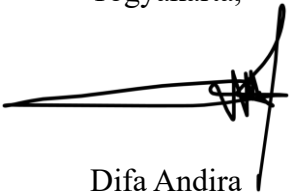
Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat, karunia, dan yang terjadi atas izinNya. Serta tak lupa, shalawat serta salam turut penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang menjadi panutan dan tuntunan bagi para umatnya. Saat ini, penulis sudah menyelesaikan kewajiban tugas akhir Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul Manajemen Pengelolaan Konten Akun Instagram @space.roastery dalam Membangun *Brand image* Melalui Sosial Media *Campaign #NoWrongWayToBrewCoffee* pada Tahun 2022, untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Strata-1 (S-1).

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama penyusunan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang atas izin, berkah dan RahmatNya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, selaku Kepala prodi Ilmu Komunikasi UMY.
3. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A, selaku Sekretaris prodi Ilmu Komunikasi UMY.

4. Bapak Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn, selaku dosen pembimbing yang dengan tekun dan sabar membimbing saya dalam penelitian ini.
5. Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom. selaku dosen penguji yang sudah memberikan arahan mengenai tugas akhir saya.
6. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A, selaku dosen penguji yang sudah memberi saran dan masukan mengenai penulisan yang baik dan benar.
7. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, yang sudah memberikan banyak ilmunya.
8. Mas Mas Slamet, Mas Rangga dan Mba Ica yang sudah bersedia mengizinkan saya menyusun tugas akhir tentang Space Roastery.
9. Dan semua pihak yang terlibat dan membantu melancarkan terlaksananya proses penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta,



Difa Andira

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat praktis	8
E. Kerangka Teori	8
1. Manajemen Pengelolaan Media Baru Instagram	8
2. Brand image (Citra Merek)	24
3. Sosial Media <i>Campaign</i>	26
4. Digital Content Marketing	28
F. Metode Penelitian	32
1. Jenis Penelitian.....	32
2. Lokasi Penelitian	32
3. Objek Penelitian	33
4. Teknik Pengumpulan Data	33
5. Teknik Analisis Data.....	35
6. Uji Validitas Data	36

G. Sistematika Penelitian.....	37
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	39
A. Sejarah.....	39
B. Visi & Misi.....	43
C. Logo Perusahaan.....	44
D. Struktur Perusahaan.....	45
E. Jenis Produk.....	49
BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA	54
A. SAJIAN DATA	54
1. Perencanaan <i>Campaign #NoWrongWayToBrewCoffee</i>	55
2. Pengorganisasian Pengelolaan Konten <i>Campaign #NoWrongWayToBrewCoffee</i>	61
3. Pelaksanaan <i>Campaign #NoWrongWayToBrewCoffee</i>	63
4. Pengawasan <i>Campaign #NoWrongWayToBrewCoffee</i>	70
B. ANALISIS DATA	72
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	84
Daftar Pustaka	86
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Campaign Space Roastery	42
Tabel 3. 1 Posting-an Instagram @space.roastery pada campaign #NoWrongWayToBrewCoffee tahun 2022	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Instagram @space.roastery	40
Gambar 2. 2 Postingan edukasi Space Roastery	41
Gambar 2. 3 Logo lama Space Roastery	44
Gambar 2. 4 Logo terbaru Space Roastery	45
Gambar 2. 5 Struktur Perusahaan Space Roastery	46
Gambar 2. 6 Produk Biji Kopi	50
Gambar 2. 7 Produk Minuman Space Roastery	51
Gambar 2. 8 Produk Kopi Instan	52
Gambar 2. 9 Produk Alat Kopi	53
Gambar 2. 10 Merchandise Tshirt	53
Gambar 3. 1 Interaksi pada kolom komentar pada akun @space.roastery	69
Gambar 3. 2 Perbandingan engagement konten campaign dan release produk ..	71
Gambar 3. 3 Konten-konten dengan menggunakan #NoWrongWayToBrewCoffee	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 4 logo campaign #nowrongwaytobrewcoffee	80