

**STRATEGI PROMOSI ONLINE BURABURA COFFEE  
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI  
KONSUMEN MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2021 – 2022**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**ANGGIT DWI PRAYOGA  
20150530155**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggit Dwi Prayoga  
NIM : 20150530155  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Advertising  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI ONLINE BURABURA COFFE YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN MELALUI ISTAGRAM TAHUN 2021 – 2022” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah dinyatakan benar. Apabila di kemudia hari karya saya ini telah terbukti merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 April 2022



Anggit Dwi Prayoga

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Assalammu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, Terimakasih kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan nikmatnya, kekuatan, ujian dan rencanaMu yang luar biasa, pada akhirnya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Saya persembahkan karya ini untuk orang – orang yang telah mendukung, mengayomi, mendoakan, dan memberikan dorongan kepada saya untuk melewati segala proses dalam penulisan tugas akhir ini. Saya persembahkan karya saya ini kepada :

1. Diri saya sendiri Anggit Dwi Prayoga, yang selalu berusaha untuk terus melangkah kedepan dalam mencapai cita – cita dan kesuksesan.
2. Bapak, Ibu, Saudara yang selalu ada, menemani, membimbing, mengarahkan saya terhadap hal – hal positif dengan masukan – masukannya, mengorbankan waktu, pikiran dan tenaganya. Menerima. Terimakasih atas seluruh bentuk perhatian dan kasih sayangnya, dukungan moril serta materiil, doa, kepercayaan yang diberikan sehingga akhirnya saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Seluruh keluarga besar, kerabat dalam circle – circle pertemanan saya, terima kasih atas segala doa dan dukungan moriil yang kalian curahkan, semoga doa – doa tersebut senantiasa di dengar dan dikabulkan oleh Allah SWT dan kembali kepada sedulur. Aamiin.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas ridhonya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Strategi Promosi Online Burabura *Coffee* Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat beli Konsumen Melalui Instagram Tahun 2021-2022”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras, kegigihan, dan kesabaran, dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun disadari karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta disekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada:

- 1 Allah SWT berkat rahmat dan rezeki yang dilimpahkan, pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi saya. Alhamdulillah.
- 2 Bapak dan Ibu tercinta, bpk. Agus Wahyudi Kushendratno dan Ibu Dewi Esty Saptanti, yang sangat menyayangi saya, terimakasih yang sebesar - besarnya karena selalu mengiringi saya dengan doa dan dukungan moril serta materil yang tiada hentinya. Mohon maaf yang sebesar – besarnya karena dalam berproses mengemban tanggung jawab masih sering susah untuk dinasehati.
- 3 Keluarga besar yang saya sayangi, terimakasih telah memberikan dukungan doa dan dorongan yang kuat kepada saya.

- 4 Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- 5 Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A, selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- 6 Ibu Dr. Suciati, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar membimbing saya dari awal hingga akhir dalam waktu yang singkat ini, terimakasih atas segala masukan dan bimbingannya. Mohon maaf apabila selama ini dari diri saya masih banyak kekurangan dan hal yang kurang berkenan.
- 7 Ibu Sovia Sitta Sari, S.Sos, M.Si. dan Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn, selaku Dosen Penguji Skripsi, terimakasih atas segala masukan dan kritik yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
- 8 Seluruh dosen dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi, terimakasih untuk segala ilmu dan pelajaran selama perkuliahan.
- 9 Mbak Siti, Pak Jono, Pak Mur terimakasih sebanyak-banyaknya atas segala pelayanan yang telah diberikan selama perkuliahan dan segala keperluan yang berkaitan dengan skripsi penulis.
- 10 Circle SABUN RINSO dan sosok – sosok terkait dalam lingkungan circle tersebut. Juan, Ariq, Fasa, Aziz, Dennis, Iqna, Magnus, Ananda, Nata. Terimakasih banyak telah mendukung dan memberikan dorongan besar agar saya tetap berusaha serta bersedia menjadi tempat dalam berkeluh kesah.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	X
Halaman Pengesahan .....	X
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi .....	X
Halaman Persembahkan .....	X
Kata Pengantar .....	X
Daftar Isi.....	X
Daftar Tabel .....	X
Daftar Gambar.....	X
Abstrak .....	*X
<i>Abstract</i> .....	X
BAB I PENDAHULUAN .....	X
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Teori.....	9
1. Komunikasi Pemasaran .....	9
2. Promosi Online.....	18
3. Strategi Promosi Online .....	23
4. Perencanaan Promosi Online.....	25
5. Bauran Promosi Online .....	28
6. Instagram Sebagai Media Promosi Online .....	30
F. Metode Penelitian.....	39
G. Sistematika Penulisan.....	45
BAB II PROFIL PENELITIAN.....	46
A Profil Burabura <i>Coffee</i> .....	46
B Profil Informan .....	48
BAB III PEMBAHASAN.....	53

A	Sajian Data Wawancara Pemilik .....	53
B	Sajian Data Wawancara Konsumen .....	62
C	Analisis .....	75
BAB IV PENUTUP .....		85
4.1	Kesimpulan.....	85
4.2	Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA .....		75
LAMPIRAN.....		89

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kedai Kopi Ala Jepang di Yogyakarta.....
Tabel 1.1	Omzet Burabura <i>Coffee</i> .....
Tabel 2.1	Sampling Narasumber Burabura <i>Coffee</i> .....



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Kepemilikan Perangkat Komunikasi.....	1
Gambar 1.2	Urutan Sosial Media yang Paling Sering Digunakan .....	3
Gambar 1.3	Pertumbuhan Produksi dan Konsumsi Kopi Di Indonesia.....	4
Gambar 1.4	Porfile Instagram @buraburacoffee .....	6
Gambar 1.5	Alur Komponen Pemasaran .....	14
Gambar 2.1	Suasana Burabura <i>Coffee</i> .....	51
Gambar 2.2	Menu Burabura <i>Coffee</i> .....	52
Gambar 2.3	Wawancara dengan Narasumber.....	53
Gambar 3.1	Postingan Burabura <i>Coffee</i> .....	67
Gambar 3.2	Kolaborasi Burabura <i>Coffee</i> .....	68
Gambar 3.3	Promo Ramen Burabura <i>Coffee</i> .....	69
Gambar 3.4	Kolaborasi Burabura <i>Coffee</i> .....	70
Gambar 3.5	Promo Hari Kopi Internasional Burabura <i>Coffee</i> .....	70
Gambar 3.6	Promo Vaksinasi Burabura <i>Coffee</i> .....	70
Gambar 3.7	Promo Siang dan Malam Burabura <i>Coffee</i> .....	71
Gambar 3.8	Promo Pagi Burabura <i>Coffee</i> .....	72