

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SINARAN COFFEE KLATEN  
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TAHUN 2021-2022**

Dosen Pembimbing:

Dr. Suciati, S.Sos, M.Si

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh,

**Arvian Rizkinaldi As'ari Putera**

**20160530107**

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

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arvian Rizkinaldi As'ari Putera

NIM : 20160530107

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Sinaran Coffee Klaten Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2021-2022” berdasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari diri saya sendiri. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk pada skripsi ini dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa adanya suatu paksaan maupun tekanan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat menyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dari karya tulis ini.

Yogyakarta, 2 Maret 2023

Peneliti



Arvian Rizkinaldi As'ari Putera

## **MOTTO**

*“Tough time create strong men, strong men create easy times, easy times create weak men, weak men create tough times”*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada hadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak Jamal Asngari, dan Ibu Oeud Budi Asri selaku orangtua saya yang selalu memberi semangat, kasih dan sayang.
2. Mustika Ayu As'ari Devi selaku kakak saya yang memberikan bantuan konsumsi setiap hari.
3. Ibu Dr. Suciati, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan dan meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
4. Anisa Rahmawati yang telah menjadi *support system* kepada saya.
5. Wisnu Tri Mulya yang telah membantu saya dalam pengerjaan skripsi.
6. Sahabat-sahabat saya yang selalu menemani, menghibur, menyemangati, saling mendukung, berbagi pengalaman dan berproses bersama.
7. Narasumber penelitian, Mas Yoga, dan Mas Ryan, selaku narasumber dari Sinaran Coffee yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk saya wawancara dalam penelitian ini serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Sinaran Coffee Klaten Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2021-2022” ini untuk memenuhi sebagian persyaratan Akademik Program Studi Strata 1 (S1) pada Jurusan *Advertising*, Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Pada skripsi ini, peneliti menyadari masih adanya kekurangan, dengan kemampuan peneliti yang masih dalam tahap pembelajaran. Berkat kerja keras peneliti serta dukungan dari pembimbing, bantuan dan do'a dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam proses penelitian skripsi ini, mereka diantaranya adalah :

1. Bapak Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sukanta, S.T., M.T Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si Selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

5. Ibu Dr. Suciati, S.Sos, M.Si Selaku Pembimbing
6. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc dan Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si Selaku Dosen Penguji
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada peneliti selama perkuliahan.
8. Pihak Sinaran Coffee yang telah membantu melancarkan penelitian skripsi ini.
9. Keluarga besar terkhusus orang tua atas doa dan restunya dalam menajalani pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
10. Kekasih saya yang selalu memberi *support* untuk mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman yang selalu menyemangati peneliti dalam berproses.

Akhir kata, peneliti kembali mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penelitian skripsi ini, dan mohon maaf untuk pihak yang tidak disebutkan satu-persatu. Segala saran dan kritik atas penelitian skripsi ini peneliti terima untuk menjadi motivasi kedepannya. Semoga penelitian skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 2 Maret 2023



Arvian Rizkinaldi As'ari Putera

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>III</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>IV</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>V</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>XIII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XIV</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. LATAR BELAKANG .....</b>	<b>1</b>
<b>B. RUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>12</b>
<b>C. TUJUAN PENELITIAN .....</b>	<b>12</b>
<b>D. MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>12</b>
<b>E. KAJIAN TEORI.....</b>	<b>13</b>
<b>1. <i>Komunikasi Pemasaran</i> .....</b>	<b>13</b>
<b>2. <i>Promosi Penjualan</i> .....</b>	<b>18</b>
<b>a. Proses Perencanaan Promosi.....</b>	<b>20</b>
<b>b. Proses Pelaksanaan Promosi .....</b>	<b>32</b>
<b>c. Proses Evaluasi Promosi .....</b>	<b>34</b>
<b>3. <i>Sosial Media sebagai Media Komunikasi Pemasaran</i> .....</b>	<b>34</b>
<b>4. <i>Instagram Sebagai Media Pemasaran</i>.....</b>	<b>37</b>
<b>F. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
<b>1. <i>Objek Penelitian</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>2. <i>Jenis penelitian</i>.....</b>	<b>41</b>
<b>3. <i>Metode Pengumpulan Data</i>.....</b>	<b>43</b>
<b>4. <i>Teknik Analisis Data</i>.....</b>	<b>45</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>49</b>
<b>GAMBARAN UMUM SINARAN COFFEE.....</b>	<b>49</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>52</b>

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....	52
A. SAJIAN DATA.....	52
1. <i>Proses Perencanaan Promosi</i> .....	52
2. <i>Proses Pelaksanaan Promosi</i> .....	59
3. <i>Evaluasi</i> .....	73
B. PEMBAHASAN .....	77
1. <i>Proses Perencanaan Promosi</i> .....	78
2. <i>Proses Pelaksanaan Promosi</i> .....	83
3. <i>Evaluasi</i> .....	86
<b>BAB IV .....</b>	<b>90</b>
PENUTUP .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>
FORM WAWANCARA SINARAN COFFEE.....	95
FORM WAWANCARA SINARAN COFFEE.....	97
FORM WAWANCARA KONSUMEN SINARAN COFFEE .....	99
FORM WAWANCARA KONSUMEN SINARAN COFFEE .....	102
FORM WAWANCARA KONSUMEN SINARAN COFFEE .....	104



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Daftar Kedai Kopi di Wilayah Kabupaten Klaten dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media promosi. ....	4
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Tageline</i> “Nyaman Bersama” melalui fitur Instagram Story...	6
Gambar 1.2 Produk Unggulan Sinaran Coffee .....	7
Gambar 1.3 Bagan Elemen Bauran Pemasaran 4p.....	19
Gambar 2.1 Logo Sinaran Coffee .....	50
Gambar 2.2 Profil Akun Instagram @Sinaran.Coffee .....	50
Gambar 3.1 OKR ( <i>Objective Key &amp; Result</i> ) Sinaran Coffee.....	53
Gambar 3.2 Unggahan Produk Arumi dan Arunika Sinaran Coffee .....	61
Gambar 3.3 Unggahan produk Kencana Sinaran Coffe .....	62
Gambar 3.4 Unggahan <i>New Release</i> produk Yakuzu Sinaran Coffee .....	63
Gambar 3.5 Unggahan suasana kedai Sinaran Coffee .....	64
Gambar 3.6 Unggahan kegiatan promosi pembelian <i>bundling</i> .....	65
Gambar 3.7 Unggahan kegiatan promosi pembelian <i>bundling</i> 11.11 melalui fitur <i>Instagram Story</i> .....	66
Gambar 3.8 Unggahan kegiatan promosi pembelian <i>bundling</i> 11.11 melalui fitur Instagram Feeds .....	67
Gambar 3.9 Unggahan kegiatan <i>giveaway</i> melalui <i>Instagram Feeds</i> .....	68
Gambar 3.10 Unggahan kegiatan <i>giveaway</i> melalui <i>Instagram Feeds</i> .....	69
Gambar 3.11 Unggahan kegiatan penggunaan alat promosi bisnis melalui <i>Instagram Story</i> .....	70

Gambar 3.12 Unggahan kegiatan penggunaan alat promosi bisnis melalui <i>Instagram Story</i> .....	71
Gambar 3.13 Unggahan kegiatan penggunaan alat promosi bisnis melalui <i>Instagram Feeds</i> .....	72
Gambar 3.14 Data <i>engagement</i> Sinaran Coffee dimedia sosial <i>Instagram</i> .....	74
Gambar 3.15 Data perolehan <i>followers</i> mingguan Sinaran Coffee dimedia sosial <i>Instagram</i> .....	75
Gambar 3.16 Data perolehan total <i>followers</i> mingguan Sinaran Coffee dimedia sosial <i>Instagram</i> .....	75
Gambar 3.17 Interaksi Sinaran Coffee dengan pelanggan pada <i>Story Instagram</i> .....	77