

**STRATEGI PROMOSI MELU COFFEE DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TAHUN 2021**

**Dosen Pembimbing : Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn.**

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh :

Gustina Anjelia

20180530109

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

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gustina Anjelia

Nomor Mahasiswa : 20180530109

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Melu Coffee Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2021.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain, maka saya siap untuk menerima sanksi atas perbuatan yang telah dilakukan.

Yogyakarta, 18 Desember 2023



Gustina Anjelia

## HALAMAN MOTTO

**“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh – sungguh (urusan lain)”**

***-QS. Al-Insyirah: 6-7***

**“Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan. Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes”**

**“Untuk masa-masa sulitmu, biarlah Allah yang menguatkanmu. Tugasmu hanya berusaha agar jarak antara kamu dengan Allah tidak pernah jauh”**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah S.W.T. Tuhan semesta alam, sumber pertolongan bagi saya dari setiap kesulitan dan keputusasaan yang menghampiri, sumber kenikmatan yang berlimpah dan karena-Nya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa nikmat, dan sumber mukjizat dari setiap ketidak-mungkinan yang tidak pernah terbayang oleh saya akan terjadi tetapi nyata terjadi. Dengan penuh rasa syukur dan bahagia, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Mama dan Bapak, serta Ayuk Ella, Kakak Feri, Abang Bram, Adek Putri dan keponakan saya Debie, Naura, Queen, dan Nadine. Mereka lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku.
2. Bapak Muhammad Muttaqien, S.I.Kom, M.Sn., sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu memberikan kritik dan saran selama proses penyelesaian skripsi ini.
3. Sahabat terbaik saya Lidya Wahyu Nengsi, yang tak berhenti memberikan dukungan dan harapan untuk percaya bahwa saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih telah meluangkan banyak waktu untuk mendengarkan segala keluh kesah dan menemani di saat saya berada di masa tersulit dengan banyaknya *problem* yang menghampiri saat itu. Untuk semua hal yang telah dilewati membuat saya percaya bahwa saudara tak sedarrah memang benar adanya.

4. Teman-teman grup bansos Heru, Bintang, Yos, Ari, dan Lid, yang telah menjadi salah satu support terbaik. Terima kasih telah menjadi teman baik dan menghibur semasa perkuliahan penulis.
5. Teman penulis Meissy Sakina Firdausa, yang di akhir-akhir saya mengerjakan skripsi menemani dan memberikan dorongan motivasi untuk segera menyelesaikan dan menjadi teman healing.
6. Semua teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih banyak atas segala dukungan dalam bentuk apapun dan doa yang tidak henti – hentinya kepada Allah SWT untuk saya. Semoga kebaikan teman – teman semua dibalas oleh Allah SWT.
7. *Last but not least, **I wanna thank me.** I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all these hard works. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me at all time.*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

**Assalamualaikum Wr. Wb**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpah Rahmat serta hidayah-Nya dan memberi kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak terlupakan pula salam serta shalawat kepada baginda Rasulullah Muhammad Shallallahu'Alaihi Wa Sallam. Penyusunan skripsi ini berjudul "Strategi Promosi Melu Coffee Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Melalui Media Sosial Instagram Tahun 2021". Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti, walaupun dengan segala keterbatasan yang dimiliki.

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan laporan ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Muhammad Muttaqien, S.I.Kom., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan arahan selama proses penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.

3. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn., dan Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberi saran dan arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga penulisan skripsi ini menjadi terarah dan lebih baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Pihak Melu Coffee, khususnya kepada Owner Melu Coffee Mas Arie Febriansyah, Marketing Melu Coffee Mas Dominikus yang telah memberikan akses kepada penulis untuk melakukan penelitian sehingga proses berjalan lancar.
6. Orang tua, saudara-saudara dan teman-teman saya yang ikut mendukung penulisan skripsi ini sampai selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan bagi peneliti bila karya tulis ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat. Aamiin.

Yogyakarta, Desember 2023

Penulis,



Gustina Anjelia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGATAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
1. Manfaat Teoritis .....	12
2. Manfaat Praktis.....	12
E. Kajian Teori .....	12
1. Strategi Promosi .....	12
2. Promosi Online .....	20
3. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .....	21
a. <i>Advertising Online</i> .....	22
b. <i>Personal Selling Online</i> .....	23
c. <i>Sales Promotion Online</i> .....	25
d. <i>Public Relations and Publicity</i> .....	27
e. <i>Direct Marketing Online</i> .....	29
4. Instagram Sebagai Media Promosi Online.....	30
F. Metode Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian .....	33
2. Objek Penelitian .....	33
3. Lokasi Penelitian .....	34
4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
5. Teknik Analisis Data .....	36
6. Uji Validitas Data .....	27
7. Sistematika Penulisan .....	37



<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Profil dan Sejarah Melu Coffee .....	40
B. Visi dan Misi Melu Coffee .....	41
C. Lokasi .....	42
D. Segmentasi .....	42
E. Logo Perusahaan .....	43
F. Struktur Organisasi .....	43
G. Portofolio Melu Coffee .....	44
H. Gambaran Umum Akun Instagram Melu Coffee .....	47
1. Profil Akun Instagram @melukopi.....	47
2. Postingan Akun Instagram @melukopi .....	48
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
<b>A. Sajian Data.....</b>	<b>49</b>
1. Strategi Promosi .....	50
a. Perencanaan Promosi .....	50
b. Implementasi Strategi Promosi.....	57
c. Evaluasi .....	67
2. Instagram sebagai media promosi online .....	68
<b>B. Pembahasan .....</b>	<b>76</b>
1. Strategi Promosi .....	76
a. Perencanaan Promosi .....	78
b. Impelementasi Strategi Promosi .....	84
c. Evaluasi .....	90
2. Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Online .....	91
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
A. KESIMPULAN .....	97
B. SARAN .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Instagram Melu Coffee.....	5
Gambar 1. 2. Promo diskon yang dilakukan Melu Coffee melalui Instagram .....	6
Gambar 2. 1. Logo Melu Coffee.....	42
Gambar 2. 2. Akun Instagram Melu Coffee .....	44
Gambar 2. 3. Akun Tiktok Melu Coffee .....	45
Gambar 2. 4. Online Store Melu Coffee pada aplikasi Shopee .....	45
Gambar 2. 5. Online Store Melu Coffee pada aplikasi Gojek .....	46
Gambar 2. 6. Online Store Melu Coffee pada aplikasi Grab .....	46
Gambar 2. 7. Online Store Melu Coffee pada aplikasi Google .....	46
Gambar 2. 8. Profil akun Instagram @melukopi.....	46
Gambar 2.9. Postingan menu Melu Coffee .....	47
Gambar 2. 10. Postingan menu Melu Coffee .....	47
Gambar 3. 1. Postingan Instastory Melu Coffee.....	59
Gambar 3. 2. Postingan Discount Hari Besar Natal dan Ramadhan.....	60
Gambar 3. 3. Postingan Instagram Melu Coffee .....	61
Gambar 3. 4. Postingan Instagram Melu Coffee .....	63
Gambar 3. 5. Postingan Instagram Melu Coffee promo di jam tertentu .....	63
Gambar 3. 6. Postingan Instagram Melu paket bundling .....	64
Gambar 3. 7. Postingan Instagram Melu mengenai informasi membership .....	65
Gambar 3. 8. Postingan Instagram skuteraja.id kolaborasi dengan Melu .....	66
Gambar 3. 9. DM konsumen dan Melu.....	67
Gambar 3. 10. Profil Instagram Melu Coffee .....	69
Gambar 3. 11. Postingan Multiple Photos Feed Melu Coffee.....	70
Gambar 3. 12. Instastory Melu Coffee.....	71
Gambar 3. 13. Reels Melu Coffee .....	72
Gambar 3. 14. Insight Promotion Melu Coffee .....	75
Gambar 3. 15. Caption Feed Melu Coffee .....	72

Gambar 3. 16. Hashtag dalam Caption Feed Melu Coffee .....	72
Gambar 3. 17. Arroba dalam Caption Melu Coffee.....	75
Gambar 3. 18. Comment dalam Feed Instagram Melu Coffee.....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Daftar Perusahaan dan pebisnis coffee shop di Jogja .....	7
Tabel 1. 2. Jumlah Transaksi Coffeee Shop Melu Coffee Sept 2020-Des 2021 .....	9