

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
REKHA.COFFEE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Tri Widodo

1702519051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan
Gelar Sarjana Terapan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN
PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

***ANALYSIS MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF
REKHA.COFFEE THROUGH SOCIAL MEDIA INSTAGRAM***

Tri Widodo

1702519051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***This Thesis Was Prepared To Fulfill One Of The Requirements For Obtaining
an Bachelor of Applied Digital Marketing Faculty of Economics
Jakarta State University***

APPLIED GRADUATE DIGITAL MARKETING

STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

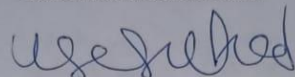
2024

LEMBAR PENGESAHAN

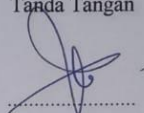

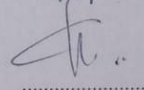
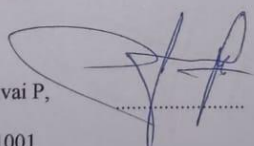
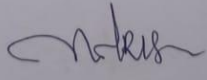
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D NIP.197412212008121001 (Ketua Penguji)		31/01/2024
2	Ika Febrilia, S.E., M.M. NIP.198702092015042001 (Penguji Ahli 1)		31/01/2024
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP.199308272020122024 (Penguji Ahli 2)		31/01/2024
4	Agung Kresnamurti Rivai P, ST., M.M. NIP.197404162006041001 (Pembimbing 1)		31/01/2024
5	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP.199111022022032013 (Pembimbing 2)		31/01/2024

Nama : Tri Widodo
No. Registrasi : 1702519051
Program Studi : D IV Pemasaran Digital
Tanggal Lulus : Selasa, 23 Januari 2024

F072020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Widodo

NIM : 1702519051

Program Studi : D IV Pemasaran Digital

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Rekha.coffee Melalui Media Sosial Instagram” adalah hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar sarjana yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 6 Februari 2024
Yang membuat pernyataan



Tri Widodo

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tri Widodo
NIM : 1702519051
Fakultas/Prodi : Ekonomi/D4 Pemasaran Digital
Alamat Email : triwidodo_1702519051@mhs.unj.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Rekha.Coffee melalui Media Sosial Instagram

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 Februari 2024
Penulis

(Tri Widodo)

ABSTRAK

Tri Widodo, 2024: Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Rekha.Coffee Melalui Media Sosial Instagram. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M dan Nofriska Krissyana, S.E, M.B.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi pemasaran Rekha.coffee jika dievaluasi dengan teori *The Circular Model of Social Media (SOME)*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model *SOME (Share, Optimize, Manage, Engage)*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Informan dalam penelitian ini adalah 13 orang informan kunci yang merupakan pihak pengelola dan pengikut dari Instagram Rekha.coffee. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya strategi komunikasi Instagram Rekha.coffee melalui konten yang disajikan sesuai dengan tahap *share, optimize, manage* dan *engage* dalam model *The Circular Model of Social Media*. Adapun temuan-temuan lain yang didapat dari data wawancara yang dapat memperkuat elemen-elemen dari model *SOME* untuk strategi komunikasi pemasaran melalui Instagram.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *The Circular of Social Media*, Instagram, *Share, Optimize, Manage, Engage*

ABSTRACT

Tri Widodo, 2024: Analysis of Rekha.Coffee Marketing Communication Strategy via Instagram Social Media. Thesis, Jakarta: Bachelor of Applied Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Supervising team: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M and Nofriska Krissyana, S.E, M.B.A.

This research aims to determine the extent of Rekha.coffee's marketing communication strategy when evaluated using the Circular Model of Social Media (SOME) theory. In this research, researchers used the SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) model. This research uses a case study method with a qualitative approach by collecting data through interviews, documentation and observation. The informants in this research were 13 key informants who were the managers and followers of Instagram Rekha.coffee. The research results show that Rekha.coffee's Instagram communication strategy efforts through the content presented are in accordance with the share, optimize, manage and engage stages in The Circular Model of Social Media. There are other findings obtained from interview data that can strengthen elements of the SOME model for marketing communication strategies via Instagram.

Keyword: Marketing Communication, The Circular of Social Media, Instagram, Share, Optimize, Manage, Engage

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya, penulis berhasil menyusun dan menyelesaikan tesis dengan judul yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Rekha.coffee melalui Media Sosial Instagram” Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai bagian dari syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital dari Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh dukungan dan masukan dari berbagai pihak yang turut membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, dalam lembar persembahan penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan karunia rahmat dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi hingga selesai.
2. Nabi Muhammad SAW berkat syafaatnya peneliti mendapatkan keberkahan saat mengerjakan skripsi hingga selesai.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Andi Muhamad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Agung Kresnamurti Rivai Prabumenang., ST., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dengan baik.

6. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, nasihat, dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dengan baik.
7. Bapak Purwanto dan Ibu Istiqomah, selaku Orang Tua saya, serta keluarga dan saudara saya Nabila, Wanti Pratiwi, dan Yusuf yang selalu memberikan dukungan moral, materi, dan mendoakan saya hingga penelitian ini selesai. Serta Ustadz Agus Zaeni, selaku guru Majelis saya yang memberikan nasihat dan doanya sehingga penelitian ini selesai.
8. Teman-teman dan sahabat saya baik dari rumah, sekolah, kampus, dan organisasi terkhusus BPM FE yang selalu memberikan bantuan dan dukungan saat melakukan penelitian ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	19
C. Tujuan Penelitian.....	20
D. Manfaat Penelitian.....	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
A. Konsep yang Diteliti.....	21
1. Komunikasi Pemasaran.....	21
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	22
3. Pengertian Promosi	24
4. Media Sosial Instagram	25
5. Promosi di Instagram	26
6. Teori <i>The Circular Model of Social Media (SOME)</i>	29
B. Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Tempat dan Waktu Penelitian	40
1. Tempat	40
2. Waktu.....	40

B.	Desain Penelitian	41
C.	Sumber Data dan Sampel Penelitian	43
D.	Teknik Pengumpulan Data	44
1.	Observasi	44
2.	Wawancara.....	45
3.	Dokumentasi	52
4.	Triangulasi	52
E.	Teknik Keabsahan Data.....	53
1.	Uji Kredibilitas	53
2.	Uji transferabilitas.....	53
3.	Uji dependabilitas	54
F.	Teknik Analisis Data.....	54
1.	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	55
2.	Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	56
3.	Kesimpulan/ Verifikasi (<i>Conclusion Drawing/ Verification</i>).....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
A.	Deskripsi Data	56
B.	Hasil Data	58
C.	Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....		120
A.	Kesimpulan.....	120
B.	Implikasi.....	124
C.	Keterbatasan Penelitian	126
D.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	127
DAFTAR PUSTAKA		128
LAMPIRAN.....		132

DAFTAR GAMBAR

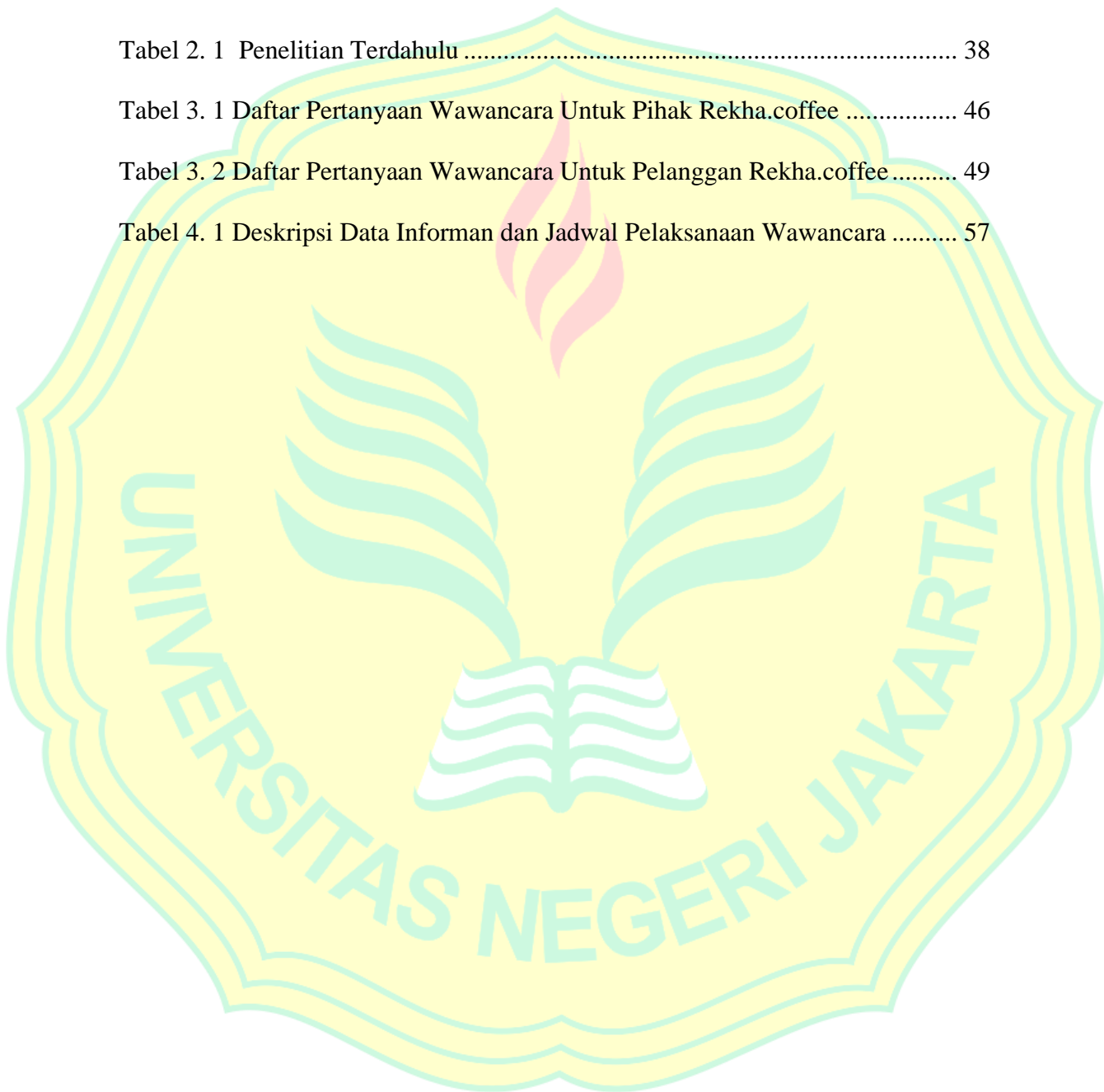
Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia (November 2018 - Oktober 2022)	3
Gambar 1. 2 Jumlah Gerai Coffee Shop Meningkat 3 Kali Lipat.....	5
Gambar 1. 3 Profil Akun Instagram Recha.coffee	8
Gambar 1. 4 Postingan Feeds Instagram Rekha.coffee.....	8
Gambar 1. 5 Postingan Konten Kafe Anora.....	11
Gambar 1. 6 Postingan Konten Kafe Teras Rumah Nenek.....	11
Gambar 1. 7 Postingan Konten Kafe Rekha.coffee	12
Gambar 1. 8 Komentar Pelanggan Pada Postingan Instagram Rekha.coffee	13
Gambar 1. 9 <i>Live Music</i> Pada Instagram Rekha.coffee	14
Gambar 1. 10 Komentar Pelanggan Pada Postingan Instagram Rekha.coffee	15
Gambar 1. 11 Postingan Promosi Pada Instagram Rekha.coffee.....	16
Gambar 1. 12 Komentar Pelanggan Pada Postingan Instagram Rekha.coffee	17
Gambar 1. 13 Tingkat <i>Engagement</i> Pada Instagram @rekha.coffee	18
Gambar 3. 1 Komponen dalam analisis data <i>interactive model</i>	55
Gambar 4. 1 Penggunaan <i>platform</i> Instagram untuk memposting konten.....	74
Gambar 4. 2 Postingan foto suasana kafe dan video pembuatan kopi	77
Gambar 4. 3 Kerjasama <i>Influencer</i> pada konten.....	78
Gambar 4. 4 Postingan informasi produk dan info <i>live music</i>	80
Gambar 4. 5 Penggunaan Instagram <i>business</i>	82
Gambar 4. 6 Penggunaan Fitur Instagram <i>Insight</i>	83

Gambar 4. 7 Postingan interaksi tanya jawab Rekha.coffe dengan <i>followers</i>	86
Gambar 4. 8 Postingan interaksi <i>mention</i> dan mengajak <i>followers</i> berkomentar .	88
Gambar 4. 9 Instagram <i>story</i> testimoni pelanggan.....	89
Gambar 4. 10 Elemen-elemen yang mempengaruhi SOME.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pihak Rekha.coffee	46
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pelanggan Rekha.coffee	49
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Informan dan Jadwal Pelaksanaan Wawancara	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara	132
Lampiran 2 Profil Responden	134
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	135
Lampiran 4 Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	176
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	177

