

**PENGARUH PROMOSI KAFE KOMA JUNKYARD DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG
(SURVEY DI KALANGAN FOLLOWERS KAFE KOMA
JUNKYARD DI INSTAGRAM)**

SKRIPSI

**Oleh:
Kiky Aleh Handro
201310415104**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Kafe Koma Junkyard di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey di Kalangan Followers Kafe Koma Junkyard di Instagram)

Nama Mahasiswa : Kiky Aleh Handro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415104

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

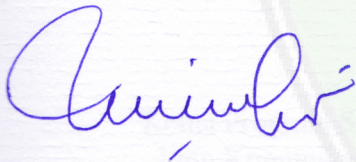
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Agustus 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Dwinarko, M.M., M.H
NID. 040303005

Annisa Eka Syafrina, M.Si
NID. 041908052

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Kafe Koma Junkyard di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey di Kalangan Followers Kafe Koma Junkyard di Instagram)

Nama Mahasiswa : Kiky Aleh Handro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201310415104

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 04 Agustus 2020

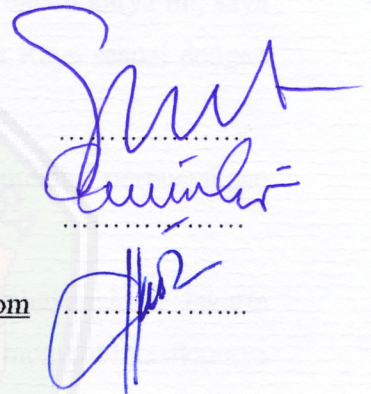
Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Ari Sulistanto, S.Sos., M.I.Kom
NID 041812049

Penguji I : Dr. Dwinarko, M.M., M.H
NID 040503005

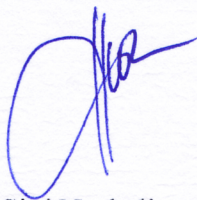
Penguji II : Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NID 041808008



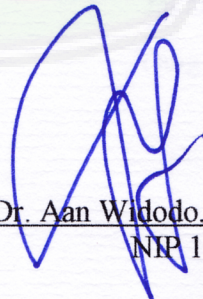
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1904409



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Pengaruh Promosi Kafe Koma Junkyard di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey di Kalangan Followers Kafe Koma Junkyard di Instagram)**. Skripsi ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto-copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



NPM 201310415074

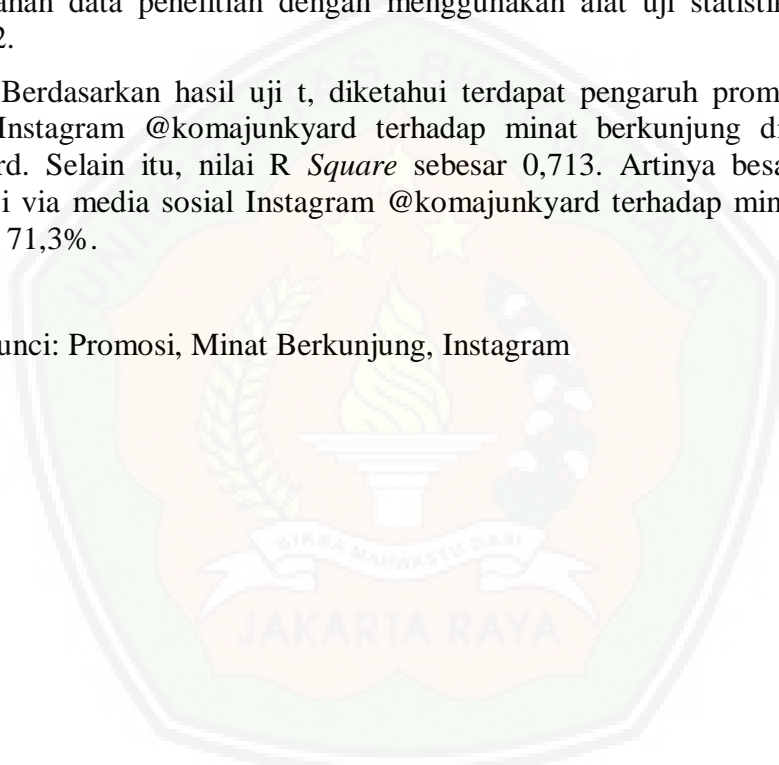
ABSTRAK

Kiky Aleh Handro, 201310415104, Pengaruh Promosi Kafe Koma Junkyard di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey di Kalangan Followers Kafe Koma Junkyard di Instagram)). Dibimbing oleh (Dr. Dwinarko, M.M., M.H dan Annisa Eka Syafrina, M.Si).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi via media sosial Instagram @komajunkyard terhadap minat berkunjung di Kafe Koma Junkyard dan seberapa besar pengaruh promosi via media sosial Instagram @komajunkyard terhadap minat berkunjung di Kafe Koma Junkayrd. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sebanyak 98 responden. Pengolahan data penelitian dengan menggunakan alat uji statistik yakni SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil uji t, diketahui terdapat pengaruh promosi via media sosial Instagram @komajunkyard terhadap minat berkunjung di Kafe Koma Junkyard. Selain itu, nilai *R Square* sebesar 0,713. Artinya besaran pengaruh promosi via media sosial Instagram @komajunkyard terhadap minat berkunjung sebesar 71,3%.

Kata Kunci: Promosi, Minat Berkunjung, Instagram



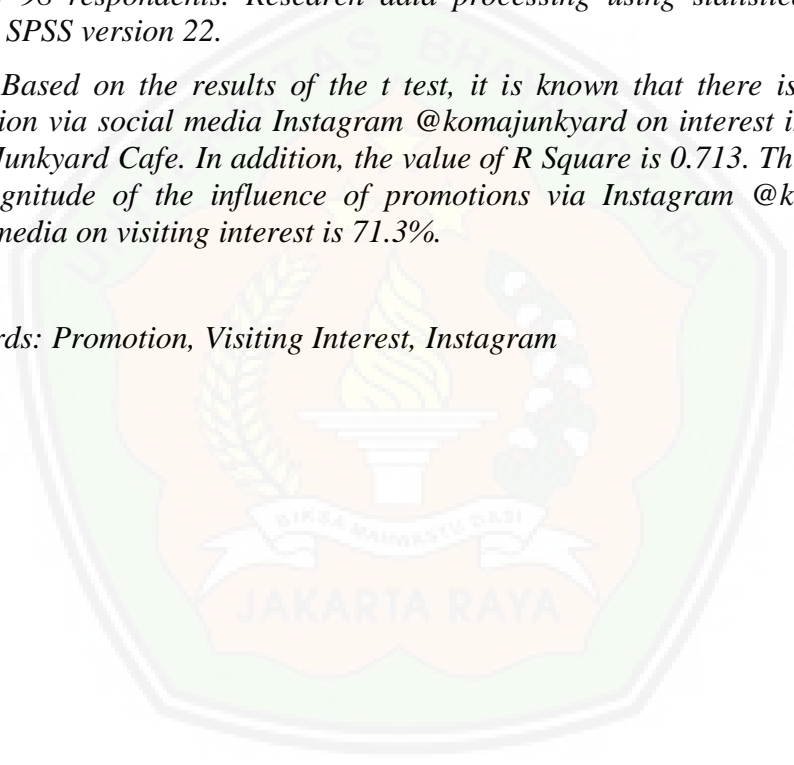
ABSTRACT

Kiky Aleh Handro, 201310415104, The Influence of Koma Junkyard Cafe Promotion on Instagram on Visiting Interest (Survey among Followers of Koma Junkyard Café on Instagram). Supervised by (Dr. Dwinarko, M.M., M.H and Annisa Eka Syafrina, M.Si).

This study aims to determine the effect of promotion via Instagram @komajunkyard social media on interest in visiting Koma Junkyard Café and how much influence promotion via Instagram @komajunkyard social media has on interest in visiting Koma Junkayrd Café. The research method used is a quantitative method. The sampling technique used simple random sampling with a total of 98 respondents. Research data processing using statistical test tools, namely SPSS version 22.

Based on the results of the t test, it is known that there is an effect of promotion via social media Instagram @komajunkyard on interest in visiting the Koma Junkyard Cafe. In addition, the value of R Square is 0.713. This means that the magnitude of the influence of promotions via Instagram @komajunkyard social media on visiting interest is 71.3%.

Keywords: Promotion, Visiting Interest, Instagram



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji serta syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penulisan ilmiah dengan judul Pengaruh Promosi Kafe Koma Junkyard di Instagram Terhadap Minat Berkunjung (Survey di Kalangan Followers Kafe Koma Junkyard di Instagram).

Penulisan ilmiah ini dilakukan penulis guna melengkapi sebagian syarat untuk mencapai gelar pendidikan Ilmu Komunikasi Jenjang Strata Satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Selesainya Penulisan ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan Kedua Orangtua yang saya cintai dan sayangi yang senantiasa berada disamping penulis memberikan doa, semangat dan bantuannya, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih atas segala bantuan yang diberikan, baik itu bimbingan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung yang sangat membantu penulis dalam penulisan ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Irjen Pol. (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Dr. Dwinarko, M.M., M.H, selaku Pembimbing I yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Annisa Eka Syafrina, M.Si, Selaku Pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Kakak dan Adik tercinta, untukmu ku persembahkan ini.
8. Kafe Koma Junkyard yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini.

9. Risdho Christopher, Elyakim Pasaribu, sahabat saya yang selalu memberi dukungan dan menemani penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
10. Arief Fadullah, Dede Suhadi, teman satu perjuangan yang membantu penulis dalam mereferensi penulisan skripsi ini.
11. Teman Fikom 2013, selaku teman *sharing* selama pengerjaan proposal dan skripsi ini.
12. Terima kasih Imanuela Siahaan tersayang , yang sudah mengingatkan dan memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis akui penulis tidaklah sempurna, apabila nantinya ada kekeliruan dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Penulis



Kiky Aleh Handro

201310415104

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kerangka Konsep	12
2.2.1 Komunikasi	12
	ix

2.2.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.3 Promosi	20
2.2.4 Media Sosial	26
2.2.5 Instagram.....	27
2.2.6 Minat	28
2.3 Kerangka Teori.....	30
2.2.1 Teori AIDA	30
2.4 Kerangka Pemikiran	32
2.5 Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Variabel dan Operasional Variabel	36
3.3.1 Variabel	36
3.3.2 Operasional Variabel	36
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Teknik Pengolahan Data.....	40
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.7.1 Uji Validitas	41
3.7.2 Hasil Uji Validitas	42
3.7.3 Uji Reliabilitas.....	43

3.7.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
3.8 Teknik Analisis Data	45
3.8.1 Analisis Deskriptif	45
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	46
3.8.3 Analisis Koefisien Korelasi	46
3.8.4 Uji Hipotesis	47
3.8.5 Uji Koefisien Determinasi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.2 Akun Instagram @komajunkyard.....	50
4.1.3 Analisis Karakteristik Responden.....	52
4.1.4 Deskripsi Hasil Penelitian	54
4.1.4.1 Variabel X.....	54
4.1.4.2 Variabel Y	59
4.1.5 Analisis Deskriptif Data	65
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	67
4.1.6.1 Uji Normalitas Data.....	67
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linear	68
4.1.8 Analisis Korelasi.....	68
4.1.9 Uji Hipotesis	69
4.1.10 Uji Koefisien Determinasi	70
4.2 Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	75

5.1 Simpulan	75
5.2 Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	43
Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	44
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	45
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	45
Tabel 4.1 Jumlah Kuesioner	52
Tabel 4.2 Deskripsi Responden.....	53
Tabel 4.3 Penilaian Responden Atas Indikator Penggunaan Bahasa.....	54
Tabel 4.4 Penilaian Responden Atas Indikator Isi Pesan.....	55
Tabel 4.5 Penilaian Responden Pada Indikator Kelengkapan Informasi.....	55
Tabel 4.6 Penilaian Responden Pada Indikator Pesan Promosi Berupa Foto dan Video Pada <i>Feed</i> Instagram	56
Tabel 4.7 Penilaian Responden Pada Indikator Pesan Promosi Berupa Foto dan Video Pada Instagram Stories	57
Tabel 4.8 Penilaian Responden Pada Indikator Antusiasme Pengikut Untuk Membagikan Pesan Promosi Kepada Teman	57
Tabel 4.9 Penilaian Responden Pada Indikator Pengikut Mengetahui Akun @komajunkyard Berdasarkan Rujukan Orang Lain	58
Tabel 4.10 Penilaian Responden Pada Indikator Pengikut Mendapat Respon Yang Baik Dari Admin	59

Tabel 4.11 Penilaian Responden Pada Indikator Perhatian Terhadap Postingan Terbaru	60
Tabel 4.12 Penilaian Responden Pada Indikator Respon terhadap postingan Terbaru.....	60
Tabel 4.13 Penilaian Responden Pada Indikator Mengecek akun Instagram Koma Junkyard	61
Tabel 4.14 Penilaian Responden Pada Indikator Tertarik Untuk Berkunjung Dan Membeli.....	62
Tabel 4.15 Penilaian Responden Pada Indikator Keinginan Mencoba Setiap Menu Yang Ada di Koma Junkyard	62
Tabel 4.16 Penilaian Responden Pada Indikator Merencanakan Kunjungan ke Kafe Koma Junkyard	63
Tabel 4.17 Penilaian Responden Pada Indikator Melakukan Kunjungan ke Kafe Koma Junkyard	64
Tabel 4.18 Penilaian Responden Pada Indikator Mencoba Setiap Menu Yang Dipromosikan	65
Tabel 4.19 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi via Media Sosial Instagram	66
Tabel 4.20 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung	66
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas Data.....	67
Tabel 4.22 Hasil Analisis Regresi Linear.....	68
Tabel 4.23 Analisis Korelasi	69
Tabel 4.24 Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Pemakai Layanan Internet di Indonesia 2019	1
Gambar 1.2 Statistik Pemakai Layanan Internet di Indonesia 2020	2
Gambar 1.3 Data Sosial Media Yang Banyak Digunakan di Indonesia.....	3
Gambar 1.4 Tampilan Instagram @komajunkyard	5
Gambar 1.5 Demografi Pengikut akun Instagram @komajunkyard.....	6
Gambar 4.1 Tampilan Profil Instagram @komajunkyard	51
Gambar 4.2 Demografi Pengikut Akun Instagram @komajunkyard	52
Gambar 4.3 <i>Feed</i> dan <i>Instastories</i> Instagram @komajunkyard	71
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Statistik Pengunjung Profil dan Interaksi Dengan Pengikut	72



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	4
-----------------------------------	---



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 Form Perbaikan Skripsi
- Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Output Data SPSS
- Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi

