

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP  
BLOOMING BROS MANUAL BREW DALAM  
MENINGKATKAN KONSUMEN MELALUI MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**DESTIANA AYU MARSHELIN**

**201810415028**



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

**2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop  
Blooming Bros Manual Brew Dalam Meningkatkan  
Konsumen Melalui Media Sosial Instagram

Nama Mahasiswa : Destiana Ayu Marshelin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415028

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 8 Desember 2022

Jakarta, 22 Desember 2022

MENYETUJUI

Pembimbing I



Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM

NIDN. 0311036501



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop  
Blooming Bros Manual Brew Dalam  
Meningkatkan Konsumen Melalui Media Sosial  
Instagram

Nama Mahasiswa : Destiana Ayu Marshelin

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415028

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Desember 2022

### MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 303077002

Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM  
NIDN. 0311036501

Sekretaris Penguji : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom  
NIDN. 0319048601

Jakarta, 22 Desember 2022

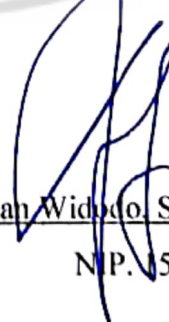
### MENGETAHUI

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si  
NIP. 2109527

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



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



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew Dalam Meningkatkan Konsumen Melalui Media Sosial Instagram” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh 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 digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan 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, 22 Desember 2022

Yang membuat pernyataan,



Destiana Ayu Marshelin

201810415028

## ABSTRAK

**Destiana Ayu Marshelin, 201810415028.** Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew Dalam Meningkatkan Konsumen Melalui Media Sosial Instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew dalam meningkatkan konsumen melalui media sosial instagram. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dengan beberapa narasumber, observasi, dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari pemilik dan konsumen dari Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew menggunakan bauran pemasaran seperti komunikasi pemasaran dan *digital marketing* dengan teori *social media marketing* berupa media sosial yang di implementasikan melalui instagram pada akun Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew. Hal tersebut meliputi *online communities, sharing of content, credibility, interaction, accessibility*.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew, Konsumen, Media Sosial, Instagram.

## **ABSTRACT**

**Destiana Ayu Marshelin, 201810415028.** *Marketing Communication Strategy For Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew In Increasing Consumers Through Instagram Social Media.*

*This study aims to determine the marketing communication strategy carried out by the Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew in increasing consumption through instagram social media. This type of research uses qualitative research and uses qualitative descriptive methods. Data collection techniques using interview techniques with several sources, observation, and documentation. The resource persons in this study consisted of owner and consumers of the Blooming Bros Manual Brew Coffee Shop. The results of this study indicate that the marketing communication strategy for the Blooming Bros Manual Brew Coffee Shop uses a marketing mix such as marketing communication and digital marketing with social media marketing theory in the form of social media which is implemented through instagram on the Blooming Bros Manual Brew Coffee Shop account. These include online communities, sharing of content, credibility, interaction, accessibility.*

*Keywords : Marketing Communication Strategy, Blooming Bros Manual Brew Coffee Shop, Consumer, Social Media, Instagram.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat serta karunia-Nya yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan atas tersusunnya skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew Dalam Meningkatkan Konsumen Melalui Media Sosial Instagram”. Tujuan tersusunnya skripsi untuk memenuhi dan menyelesaikan tugas akhir wajib yang merupakan salah satu persyaratan kelulusan dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini, proses penyusunan skripsi tidak akan selesai tanpa adanya dukungan doa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan kedua orang tua penulis, Bapak Timin dan Ibu Deni Yuni Vianti serta dari beberapa pihak yang terlibat dalam tersusunnya skripsi. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih yang telah memberikan bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Adapun beberapa pihak lain dengan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih diantaranya sebagai berikut :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan nasehat, arahan, serta bantuan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Kepada pihak coffee shop Blooming Bros Manual Brew yang telah mengizinkan tempat usahanya tersebut untuk menjadikan sebagai subyek utama dalam penelitian skripsi ini, dan rekan-rekan penulis yang telah memberikan kesempatan waktunya untuk mendapatkan data penelitian, memberikan dukungan serta masukan selama menyusun skripsi.

Penulis menyadari skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna untuk orang lain, khususnya bagi penulis sendiri. Penulis juga mengharapkan saran dan kritikan untuk menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, 22 Desember 2022

Penulis,



Destiana Ayu Marshelin

201810415028





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	13
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kerangka Konsep .....	17
2.2.1 Komunikasi.....	17
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi.....	18

2.2.3	Unsur-Unsur Komunikasi .....	19
2.3	Strategi.....	20
2.3.1	Peranan Strategi .....	20
2.3.2	Strategi Komunikasi .....	21
2.4	Komunikasi Pemasaran .....	22
2.5	Teori Social Media Marketing .....	24
2.6	Digital Marketing .....	25
2.7	Media Sosial .....	26
2.7.1	Instagram .....	28
2.8	Manual Brew .....	29
2.9	Konsumen.....	31
2.10	Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	33
3.1.1	Pendekatan Penelitian .....	34
3.2	Jenis Penelitian .....	34
3.3	Informan .....	35
3.4	Sumber Data .....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6	Teknik Analisis Data .....	38
3.7	Keabsahan Data/Triangulasi.....	39
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>40</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	40
4.1.1	Profil dan Sejarah Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	40
4.1.2	Visi dan Misi Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	43
4.1.3	Struktur Organisasi Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	43
4.2	Deskripsi Subyek Penelitian.....	44
4.2.1	Profil Key Informan.....	44
4.2.2	Profil Narasumber 2 (Konsumen).....	45
4.3	Hasil Penelitian.....	47
4.3.1	Sosial Media yang digunakan Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	52

4.3.2	Fitur-Fitur yang sudah digunakan Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	55
4.4	Pembahasan .....	59
4.4.1	Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	60
4.4.2	Pemanfaatan Live Instagram yang dilakukan Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	63
4.4.3	Peningkatan Konsumen pada Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	65
4.4.4	Pemanfaatan Instagram Ads ( <i>Online Communities</i> ).....	66
4.4.5	Pengaplikasian Fitur Instagram <i>Shopping (Accessibility)</i> .....	69
4.4.6	Interaksi dengan Fitur Instastory ( <i>Interaction</i> ).....	72
4.4.7	Pengadaan <i>Campaign Berhadiah (Sharing of Content)</i> .....	75
4.4.8	Pemantauan <i>After Sales (Credibility)</i> .....	77
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>78</b>
5.1	Kesimpulan .....	78
5.2	Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Konsumen Coffee Shop Blooming Bros Satu Tahun .....	7
Tabel 1. 2 Data Jumlah Omset Dari Penjualan Coffee Shop Blooming Bros Satu Tahun.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Tabel Informan.....	35
Tabel 4. 1 Data Survey Narasumber 1 .....	44
Tabel 4. 2 Data Survey Konsumen 2 .....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram Coffee Shop Blooming Bros .....	4
Gambar 1. 2 InstaStory Instagram Coffee Shop Blooming Bros.....	5
Gambar 1. 3 Postingan Instagram Coffee Shop Blooming Bros .....	6
Gambar 1. 4 Postingan Instagram Coffee Shop Blooming Bros .....	7
Gambar 4. 1 Logo Coffee Shop Bros Manual Brew .....	40
Gambar 4. 2 Feed Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	55
Gambar 4. 3 Caption Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	56
Gambar 4. 4 Hastag Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	57
Gambar 4. 5 IGTV Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	57
Gambar 4. 6 Highlight Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	58
Gambar 4. 7 Instastory Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	58
Gambar 4. 8 Instastory Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	61
Gambar 4. 9 Giveaway Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	62
Gambar 4. 10 Live Instagram Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	63
Gambar 4. 11 Akun Instagram Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew .....	66
Gambar 4. 12 Tampilan Instagram Shopping .....	69
Gambar 4. 13 Saran Pertanyaan .....	73
Gambar 4. 14 Saran Emoji Slider Stickers .....	73
Gambar 4. 15 Saran Tautan.....	74
Gambar 4. 16 Kompetisi Kecil .....	76

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi Coffee Shop Blooming Bros Manual Brew.....	44



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Data Jumlah Konsumen Coffee Shop Blooming Bros Satu Tahun..... 8

Grafik 1. 2 Data Jumlah Omset Coffee Shop Blooming Bros Satu Tahun..... 9



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 4 Pedoman Wawancara, Transkrip Wawancara, Reduksi Data

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian

Lampiran 6 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 Form Perbaikan Skripsi

