KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KOPI RINDUMU DALAM UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN KOPI KELILING

SKRIPSI

Oleh:
Muhammad Rifai Albana
202110415294

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KOPI RINDUMU DALAM UPAYA MEMENANGKAN PERSAINGAN KOPI KELILING

SKRIPSI

Oleh:
Muhammad Rifai Albana
202110415294

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Komunikasi Pemasaran Digital Kopi Rindumu Dalam Upaya Memenangkan Persaingan Kopi Keliling
Nama Mahasiswa	: Muhammad Rifai Albana
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415294
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 16 Mei 2025

Jakarta, 03 Juni 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom

NIDN. 0323127802

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Komunikasi Pemasaran Digital Kopi Rindumu Dalam Upaya Memenangkan Persaingan Kopi Keliling
Nama Mahasiswa	: Muhammad Rifai Albana
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415294
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 16 Mei 2025

Jakarta, 03 Juni 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dian Sukmawati, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0320038006	.....
Penguji	: Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom NIDN. 0323127802	.....
Sekretaris Penguji	: Muhamad Husni Mubarok, S.Pd., M.IKom NIDN. 0414128601	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Komunikasi Pemasaran Digital Kopi Rindumu Dalam Upaya Memenangkan Persaingan Kopi Keliling" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagi 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 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, 03 Juni 2025

Yang membuat pernyataan.



Muhammad Rifai Albana

202110415294

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Muhammad Rifai Albana. 202110415294. Komunikasi Pemasaran Digital Rindumu Kopi Dalam Upaya Memenangkan Persaingan Kopi Keliling (dibimbing oleh Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom)

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh @rindumu_official. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dskriptif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, menawarkan berbagai keuntungan bagi bisnis dalam menjalankan strategi pemasaran. Kemudahan dalam menyajikan konten visual, fitur promosi berbayar, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen menjadi nilai tambah yang menjadikan Instagram efektif dalam kegiatan pemasaran. Interaktivitas yang dibangun oleh Rindumu melalui Instagram menjadi salah satu kekuatan utama dalam strategi komunikasi digital mereka. Media sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi juga sebagai ruang bagi konsumen untuk memberikan tanggapan atau komentar, sehingga tercipta hubungan komunikasi dua arah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh Rindumu. Melalui berbagai bentuk konten visual Rindumu dapat membangun komunikasi dua arah dengan audiens serta memperkuat citra merek di kalangan konsumen.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, Instagram, Media Promosi, Konten Digital

ABSTRACT

Muhammad Rifai Albana. 202110415294. Digital Marketing Communication of Rindumu Kopi in an Effort to Win the Competition of Mobile Coffee (guided by Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom)

This research aims to explain the digital marketing communication conducted by @rindumu_official. The method used in this study is a descriptive qualitative research method, with data collection through interviews, observation, and documentation. Instagram, as one of the popular social media platforms, offers various advantages for businesses in implementing their marketing strategies. The ease of presenting visual content, paid promotion features, and the ability to interact directly with consumers are added values that make Instagram effective in marketing activities. The ease of presenting visual content, paid promotional features, and the ability to interact directly with consumers add value that makes Instagram effective for marketing activities. The interactivity built by Rindumu through Instagram has become one of the main strengths in their digital communication strategy. This social media not only serves as a channel for delivering messages but also as a space for consumers to provide feedback or comments, thus creating a two-way communication relationship. The results of this study indicate that social media plays a significant role in supporting the digital marketing communication strategies implemented by Rindumu. Through various forms of visual content, Rindumu can establish two-way communication with the audience and strengthen brand image among consumers.

Keywords: Digital Marketing Communication, Social Media, Instagram, Promotional Media, Digital Content

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Komunikasi Pemasaran Digital Kopi Rindumu Dalam Upaya Memenangkan Persaingan Kopi Keliling" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada penulisan skripsi ini, dalam mengerjakan penelitian hingga penyusunan skripsi, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta tentunya penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya, Mamah dan Alm bapak. Terutama kepada mamah saya yang selalu memberikan doa dan motivasi sehingga penulis dapat berada hingga titik ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs Bambang Karsono, SH., MM, Ph. D., D.Crim, (HC) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Rr. Dinar Soelistyowati, S.Sos., M.M., M.I.Kom, Selaku Dosen Pebimbing Skripsi.
5. Bapak Yudhistira Ardi Poetra, M.I.Kom, Selaku Dosen Pebimbing Akademik.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan Seluru Staff Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah berperan penting dalam membantu membantu penelitian menulis skripsi ini.
7. Kelly Kiantoro, Selaku *Manager* Dari Rindumu Kopi
8. Josephine Putri, Selaku Pengelola Media Sosial Instagram @Rindumu_Official

Dipindai dengan CamScanner

Komunikasi Pemasaran.., Muhammad Rifai Albana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

9. Debora Vanessa, Selaku Pengelola Media Sosial Instagram @Rindumu_Official
10. Kepada Rindumu Coffee Yang Telah Bersedia Untuk Penulis Melakukan Penelitian
11. Saya Ucapkan Terima Kasih Kepada Teman-Teman Seperjuangan Saya, Steven, Akmal, Wildan, Septian, Ristom, Alif, Kiko, Demus, Zaski, Yang Telah Memberikan Semangat dan Motivasi, Sehingga Saya Bisa Menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Tuntas.
12. Saya Ucapkan Terimakasih Kepada Teman-Teman Yang Selalu Support Saya, Aji , Ardhi, Apip, Surya Noval, Resky, Rifky, Echa Sehingga Saya Semangat Dalam Menyelesaikan Skripsi Ini Dengan Tuntas.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, Penulis terbuka untuk saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi pembaca. Demikian, penulis berharap sehingga karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik di lapangan.

Jakarta, 03 Juni 2025

Penulis



Muhammad Rifai Albana

NPM 202110415294

Dipindai dengan CamScanner

Komunikasi Pemasaran.., Muhammad Rifai Albana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

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 xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR BAGAN xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 8
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.5.1 Manfaat Teoritis 8
1.5.2 Manfaat Akademis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Tinjauan Konseptual 17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital 17
2.2.3 Media Promosi 20
2.2.4 Media Sosial 23
2.2.5 Instagram 25
2.2.6 Kerangka Berpikir 29
BAB III METODE PENELITIAN 32

Dipindai dengan CamScanner
Komunikasi Pemasaran.., Muhammad Rifai Albana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.1 Pendekatan Penelitian 32
3.2 Desain Penelitian 32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 33
3.3.1 Subjek Penelitian 33
3.3.2 Objek Penelitian 34
3.4 Teknik Analisis Data 35
3.5 Keabsahan Data 37
3.5.1 Triangulasi Data 37
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Gambaran Umum Penelitian 39
4.1.1 Profil Rindumu Kopi 39
4.1.2 Logo Rindumu Kopi 40
4.1.3 Profil Informan 41
4.2 Hasil Penelitian 42
4.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital 42
4.2.2 Bentuk Promosi Rindumu Kopi 44
4.2.3 Peran Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran 46
4.2.4 Upaya Rindumu Kopi Dalam Memenangkan Persaingan Kopi Keliling 51
4.3 Pembahasan 58
4.3.1 Komunikasi Pemasaran Digital Yang Diterapkan Oleh Rindumu Kopi 59
4.3.2 Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi 69
BAB V PENUTUP 77
5.1 Kesimpulan 77
5.2 Saran 79
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 3. 1 Tabel Informan..... 34
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian 38
Tabel 4 1 Profil Informan..... 41

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penduduk Indonesia Mengkonsumsi Kopi 1
Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 3
Gambar 1. 3 Profil Media Sosial @Rindumu_Official 5
Gambar 1. 4 Promosi Yang di Lakukan Oleh @Rindumu_Official 6
Gambar 4. 1 Kantor Rindumu Kopi 39
Gambar 4. 2. Logo Rindumu Kopi 40
Gambar 4. 3 Bentuk Promosi Rindumu Kopi 45
Gambar 4. 4 Media Sosial Instagram @Rindumu_Official 61
Gambar 4. 5 Promosi Yang Dilakukan Melalui Instagram 63
Gambar 4. 6 Mobile Barista Rindumu Kopi 64
Gambar 4. 7 Mempromosikan (promote) 65
Gambar 4. 8 Meningkat (ascend) 67
Gambar 4. 9 Gambar Anjuran (Advocate) 68
Gambar 4. 10 Konversi (convert) 69
Gambar 4. 11 The content resonates with them di Media Sosial Instagram @rindumu_official 71
Gambar 4. 12 The content originates from a source the trust di Media Sosial Instagram @rindumu_official 72
Gambar 4. 13 The content puts them in-the-know di Media Sosial Instagram @rindumu_official 73
Gambar 4. 14 Other respond di Media Sosial Instagram @rindumu_official 74
Gambar 4. 15 You respond di Media Sosial Instagram @rindumu_official 75
Gambar 4. 16 Kolaborasi Dengan Influencer 76

Dipindai dengan CamScanner
Komunikasi Pemasaran.., Muhammad Rifai Albana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir 29

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Transkip Wawancara

Lampiran 3 : Hasil Reduksi Data Wawancara

Lampiran 4 : Hasil Observasi

Lampiran 5 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

Lampiran 6 : Kartu Konsultasi Skripsi

Dipindai dengan CamScanner

Komunikasi Pemasaran.., Muhammad Rifai Albana, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025