

**ANALISIS ISI Bauran Pemasaran Dessert Box  
Melalui Media Sosial Instagram  
@BITTERSWEET\_BY\_NAJLA SEBAGAI Sarana  
Promosi**

**SKRIPSI**



Disusun oleh :  
Redha Mardilla Tama  
NRP. 1423019152

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2023**

**SKRIPSI**

**ANALISIS ISI BAHAN PEMASARAN DESSERT BOX MELALUI  
MEDIA SOSIAL @BITTERSWEET\_BY\_NAJLA SEBAGAI SARANA  
PROMOSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun oleh :

Redha Mardilla Tama

NRP. 1423019152

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2023**

## **SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Dengan ini, saya

Nama : Redha Mardilla Tama

NRP : 1423019152

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul ANALISIS ISI DESSERT BOX MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM @BITTERSWEET\_BY\_NAJLA SEBAGAI SARANA PROMOSI adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 29 Mei 2023

Penulis



NRP. 1423019152

## HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS ISI DESSERT BOX MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM @BITTERSWEET\_BY\_NAJLA SEBAGAI SARAN  
PROMOSI**

Oleh :

Redha Mardilla Tama

NRP. 1423019152

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing 1 :Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....).  
NIDN. 0715108903

Pembimbing 2 :Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kem. (.....).  
NIDN. 0719078401

Surabaya, 9 Mei 2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada : Senin, 29 Mei 2023

Mengesahkan,

Dean Fakultas Ilmu Komunikasi,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji :

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom  
NIDN. 0707078607
2. Sekretaris : Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom (.....)
3. Anggota : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom (.....)
4. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom (.....)

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a long vertical stroke, positioned to the right of the list of examiners.

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Redha Mardilla Tama

NRP : 1423019152

Menyetujui skripsi atau karya ilmiah saya

Judul : **Analisis Isi Bauran Pemasaran Dessert Box Melalui Media Sosial Instagram @bittersweet\_by\_najla Sebagai Sarana Promosi.**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan diinternet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Redha Mardilla Tama

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, telah diberi kesehatan dalam mengerjakan karya ilmiah ini. Mengucap syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menuntun, membimbing serta memberikan kekuatan disaat duka maupun suka. Limpahan dan kasih sayangMu telah memberikan peneliti kekuatan dan membekali ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya proposal penelitian komunikasi ini dapat terselesaikan. Tuhan selalu menjaga dan melindungi setiap proses dari skripsi ini dikerjakan. Peneliti berterima kasih juga kepada orang tua, yang sangat mendukung dan meotivasi tanpa henti. Tidak lupa juga peneliti mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang sudah memberikan ilmu dan juga bimbingan untuk menyelesaikan skripsi kepada sang peneliti. Peneliti juga sangat bersyukur memiliki teman dalam satu angkatan sehingga bisa memotivasi bersama dan memberi masukan terhadap skripsi ini. tidak lupa juga berterima kasih yang sudah terlibat dalam pembuatan skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus tanpa hadiratnya peneliti tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Adanya dukungan semangat, doa serta bantuan bimbingan yang peneliti dapatkan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak-pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan penuh kepada peneliti yaitu :

1. Kepada orang tua yang peneliti sayang dan cintai, terima kasih yang selalu mendoakan disetiap harinya agar skripsi ini berjalan dengan lancar
2. Kepada Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom, M.Med.Kom sebagai dosen pembimbing yang mengarahkan peneliti dan juga membimbing peneliti dengan sabar untuk mengerjakan skripsi ini.
3. Kepada Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom sebagai dosen pembimbing yang mengarahkan peneliti dan juga membimbing peneliti dengan sabar untuk mengerjakan skripsi ini
4. Seluruh dosen FIKOM Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang sudah memberikan ilmu selama pembuatan proposal penelitian ini
5. Kepada Rizal yang selalu mendengarkan keluh kesah setiap hari dan memberikan motivasi sehingga semangat untuk memengerjakan skripsi ini.
6. Teman- teman yang sudah memotivasi dan memberi dukungan.



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	12
I.3 Tujuan Penelitian.....	12
I.4 Batasan Masalah.....	13
I.5 Manfaat Penelitian.....	13
I.5.1 Manfaat Akademis.....	13
I.5.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II.....	15
II.1 Penelitian Terdahulu .....	15
II.2 Kerangka Teori.....	20
II.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	20
II.2.2 Instagram.....	27
II.2.3 Analisis isi .....	28
II.3 Nisbah Antar Konsep .....	32
II.4 Bagan Kerangka Konseptual .....	33
BAB III .....	34
METODE PENELITIAN.....	34

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	34
III.2 Metode Penelitian .....	34
III.3 Identifikasi Variabel.....	35
III.4 Definisi Konseptual .....	35
III.5 Definisi Operasional .....	36
III.6 Populasi dan Sampel .....	37
III.7 Teknik Penarikan Sampel .....	38
III.8 Teknik Pengumpulan Data.....	38
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	39
III.9.1 Validitas .....	39
III.9.2 Reliabilitas .....	39
III.10 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV .....	42
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	42
IV.1.1 Profil Akun Instagram @bittersweet_by_najla .....	42
IV.1.2 Kegiatan Promosi Instagram @bittersweet_by_najla.....	44
IV. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	45
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	49
IV.3.1 Product.....	51
IV.3.2 Price .....	53
IV.3.3 Promotions.....	55
IV.3.4 People .....	66
IV.3.5 Pyshical Evidence.....	68
IV.4 Bauran Pemasaran Dessert Box Melalui Media Sosial Instagram @bittersweet_by_najla Sebagai Sarana Promosi.....	70
BAB V .....	79
V.1 Kesimpulan .....	79
V.2 Saran .....	80
V.2.1 Saran Akademis .....	80
V.2.2 Saran Praktis .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR TABEL

### BAB I

Tabel I. 1 Perbedaan jumlah pengikut pada akun Instagram@bittersweet_by_najla dan dessert box lainnya .....	9
---	---

### BAB III

Tabel III. 1 Marketing Mix .....	36
----------------------------------	----

### BAB IV

Tabel IV. 1 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder A .....	47
Tabel IV. 2 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder B .....	48
Tabel IV. 3 Tabel Unggahan Terkait Kategori Product.....	51
Tabel IV. 4 Tabel Unggahan Terkait Kategori Price .....	53
Tabel IV. 5 Tabel Unggahan Terkait Kategori Direct Marketing.....	57
Tabel IV. 6 Tabel Unggahan Terkait Kategori Sales Promotions .....	59
Tabel IV. 7 Tabel Unggahan Terkait Kategori Interactive Marketing.....	63
Tabel IV. 8 Tabel Frekuensi Ulasan Promotions .....	64
Tabel IV. 9 Tabel Unggahan Terkait Kategori People .....	66
Tabel IV. 10 Tabel Unggahan Terkait Kategori Pyshical Evidence.....	68
Tabel IV. 11 Data Akun Instagram @bittersweet_by_najla.....	74

## DAFTAR GAMBAR

### BAB I

Gambar I. 1 Pengumuman Outlet @bittersweet_by_najla.....	6
Gambar I. 2 Strategi Promosi @bittersweet_by_najla Melalui Instagram .....	7
Gambar I. 3 Strategi promosi pada instagram @bittersweet_by_najla.....	7
Gambar I. 4 @Bittersweet_by_najla kolaborasi dengan brand terkenal.....	8
Gambar I. 5 Konten instagram @bittersweet_by_najla.....	9
Gambar I. 6 Konten pada instagram @halla_kitchen .....	10
Gambar I. 7 Konten instagram @chillinbox.id.....	10
Gambar I. 8 Menu pada masing-masing kompetitor.....	11

### BAB IV

Gambar IV. 1 Profil Instagram @bittersweet_by_najla.....	43
Gambar IV. 2 Feeds Instagram @bittersweet_by_najla .....	44
Gambar IV. 3 Logo @bittersweet_by_najla .....	44
Gambar IV. 4 Unggahan Yang Menampilkan Product edisi lebaran.....	52
Gambar IV. 5 Unggahan Yang Menampilkan Price .....	54
Gambar IV. 6 Unggahan terkait kategori Direct Marketing .....	58
Gambar IV. 7 Unggahan yang menampilkan potongan harga.....	60
Gambar IV. 8 Unggahan yang Menampilkan Giveaway .....	61
Gambar IV. 9 Unggahan yang Menampilkan Cashback.....	62
Gambar IV. 10 Unggahan yang Menampilkan Interactive Marketing .....	64
Gambar IV. 11 Unggahan Yang Menampilkan People .....	67
Gambar IV. 12 Unggahan Yang Menampilkan Pysical Evidence.....	70
Gambar IV. 13 Unggahan @halla_kitchen .....	73

## ABSTRAK

Redha Mardilla Tama, NRP. 1423019152. ANALISIS ISI BAURAN PEMASARAN DESSERT BOX MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BITTERSWEET\_BY\_NAJLA SEBAGAI SARANA PROMOSI

Penelitian ini melihat bagaimana bauran pemasaran dessertbox yang dilakukan oleh @bittersweet\_by\_najla pada sosial media instagram. Penelitian ini berfokus pada fenomena bauran pemasaran dessert box melalui sosial media instagram sebagai sarana promosi. Fenomena ini diangkat dikarenakan banyak perusahaan seperti @bittersweet\_by\_najla pada saat pandemi mengalami penurunan sangat drastis sehingga @bittersweet\_by\_najla yang ingin tetap berjalan meskipun keadaan yang tidak memungkinkan. Pada periode maret hingga november 2020 @bittersweet\_by\_najla gencar-gencarnya melakukan promosi karena pada saat bulan itu outlet sempat ditutup karena adanya pandemi. @bittersweet\_by\_najla menggunakan sosial media instagram untuk kegiatan promosinya. Analisis isi digunakan untuk mengetahui gambaran bauran pemasaran dessert box melalui media sosial instagram. Indikator yang digunakan dalam bauran pemasaran yaitu terdapat product, price, promotions, people dan pysical evidence. Objek dalam penelitian ini yaitu bauran pemasaran dessert box. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu media sosial instagram @bittersweet\_by\_najla. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan unit sintaksis pada instagram @bittersweet\_by\_najla, dikarenakan adanya unit pencatatan pada instagram yang berupa bentuk non verbal yaitu foto yang diunggah dan verbal yaitu caption. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bauran pemasaran dilakukan oleh @bittersweet\_by\_najla menggunakan keseluruhan kategori, tetapi cenderung lebih menggunakan product, physical evidence dan direct marketing dimana @bittersweet\_by\_najla selalu menampilkan product dan juga fasilitas yang mereka sediakan seperti pembelian ojek online maupun drive thru, dengan menyediakan fasilitas tersebut mempermudah konsumen membelinya dikarenakan kondisi pandemi ini.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Analisis Isi, bittersweet\_by\_najla, Instagram, Deskriptif

## ABSTRACT

Redha Mardilla NRP. 1423019152. CONTENT ANALYSIS OF DESSERT BOX MARKETING MIX THROUGH INSTAGRAM @BITTERSWEET\_BY\_NAJLA SOCIAL MEDIA AS A PROMOTIONAL MEANS

This research looks at how the dessertbox marketing mix is carried out by @bittersweet\_by\_najla on Instagram social media. This research focuses on the phenomena of the dessert box marketing mix through social media Instagram as a means of promotion. This phenomenon was brought up because many companies like @bittersweet\_by\_najla during the pandemic experienced a very drastic decline so that @bittersweet\_by\_najla wanted to keep going even though circumstances were not possible. In the period from March to November 2020, @bittersweet\_by\_najla was actively promoting because during that month the outlet was closed due to the pandemic. @bittersweet\_by\_najla uses social media Instagram for its promotional activities. Content analysis is used to find out the description of the dessert box marketing mix through Instagram social media. The indicators used in the marketing mix are product, price, promotions, people and physical evidence. The object of this research is the dessert box marketing mix. The subject used in this research is Instagram social media @bittersweet\_by\_najla. This study used content analysis method with a quantitative approach and descriptive research type. This study uses a syntactic unit on Instagram @bittersweet\_by\_najla, because there is a recording unit on Instagram @bittersweet\_by\_najla in the form of non-verbal forms, namely photos uploaded by @bittersweet\_by\_najla and verbal, namely captions uploaded on Instagram @bittersweet\_by\_najla. The results of this study conclude that the marketing mix is carried out by @bittersweet\_by\_najla using all categories, but tends to use products, physical evidence and direct marketing where @bittersweet\_by\_najla always displays products and also the facilities they provide such as purchasing online motorcycle taxis and drive thru, by providing these facilities make it easier for consumers to buy it due to this pandemic condition.

Keywords : Marketing Mix, Content Analysis, bittersweet\_by\_najla, Instagram, Descriptive