

**ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI @KOPIKENANGAN MELALUI
INSTAGRAM**



SKRIPSI

DISUSUN OLEH :

FAHRY OKTIO PRANATA

1423020062

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2024

SKRIPSI

**“ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI @KOPIKENANGAN MELALUI
INSTAGRAM”**

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



Disusun Oleh:

Fahry Oktio Pranata

NRP: 1423020062

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya :

Nama : Fahry Oktio Pranata

NRP : 1423020062

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi yang berjudul :

“ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI KOPI KENANGAN MELALUI INSTAGRAM”

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Segala kutipan yang merupakan karya pihak lain telah saya tulis dengan mencantumkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 27 Mei 2024

Penulis,



Fahry Oktio Pranata

NRP. 1423020062

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI KOPI KENANGAN MELALUI
INSTAGRAM

Oleh:
Fahry Oktio Pranata
NRP. 1423020062

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

Pembimbing I : Akhsaniyah S.Sos., M.Med.Kom.

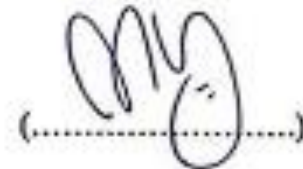
NIDN : 0702087602



(.....)

Pembimbing II : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN : 0707078607



(.....)

Surabaya, 27 Mei 2024

LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

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 : 17 Mei 2024

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dekan,

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

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua: Theresia Intan Putri Hartiana S.Sos.,M.I.Kom

NIDN : 0725058704

2. Sekretaris: Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN : 0702087602

3. Anggota: Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN : 0715108903

4. Anggota: Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN: 0707078607

Four handwritten signatures in blue ink are listed vertically on the right side of the page, corresponding to the four members of the examination board mentioned in the list. Each signature is followed by a set of parentheses containing dots, indicating a space for a name or title.

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Fahry Oktio Pranata

NRP : 1423020062

Menyetujui penulisan naskah skripsi atau karya ilmiah saya,

Judul : **ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI KOPI KENANGAN MELALUI INSTAGRAM**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet maupun 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 sebenar – benarnya.

Surabaya, 27 Mei 2024

Yang menyatakan,



Fahry Oktio Pranata

NRP. 1423020062

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi. Tujuan pembuatan skripsi ini yaitu untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Adanya dukungan semangat, doa serta bantuan bimbingan yang peneliti dapatkan sehingga 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 Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan juga bimbingannya, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua saya yang peneliti sayangi dan cintai, terima kasih untuk ayah dan mama saya, yang selalu mendoakan Fahry di setiap hari sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, serta untuk motivasi penuh yang diberikan kepada Fahry sehingga Fahry mampu menyelesaikan skripsi.
3. Kepada ibu Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. dan Ibu Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. sebagai dosen pembimbing yang mengarahkan peneliti dan juga membimbing
4. Kepada Vanya Alif teman hidup saya yang menemani sejak awal PPK, yang selalu menemani susah dan senang penulis dalam banyak hal.

5. Kepada teman tercinta penulis Ridwan Prima dan Amal Rizki yang membuat penulisan skripsi ini cepat selesai.
6. Kepada Dovan dan Feby sepasang kekasih yang selalu menemani dan membantu penulis.
7. Seluruh rekan, sahabat, teman-teman, dan orang-orang di sekitar penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas doanya. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, namun peneliti mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah terlibat, Tuhan Memberkati.

Surabaya, 27 Mei 2024

Fahry Oktio Pranata

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pengguna Instagram di Indonesia	5
Gambar I.2 Produksi Kopi di Indonesia.....	7
Gambar I.3 Konten Promosi Kopi Kenangan Anniversary.....	8
Gambar I.4 Konten Kopi Kenangan Menghadirkan Menu Baru.....	9
Gambar I.5 Kopi Kenangan Raih Tiga Penghargaan Diajang Marketing Excellence Awards Indonesia 2022 dan juga Kopi Kenangan Raih Brand Of The Year Dua Kali Berturut - Turut.....	11
Gambar I.6 Postingan Kopi Kenangan.....	12
Gambar I.7 Postingan Promo Rutin Kopi Kenangan.....	12
Gambar IV.1 Akun Instagram Kopi Kenangan	47
Gambar IV.2 Kopi Kenangan Menu Gratis Setiap Hari	48
Gambar IV.3 Logo Kopi Kenangan	49
Gambar IV.4 Unggahan Kopi Kenangan Menampilkan Produk Kopi.....	55
Gambar IV.5 Unggahan Kopi Kenangan Menampilkan <i>Price</i>.....	57
Gambar IV.6 Unggahan Kopi Kenangan Menampilkan Promotion Sales Promotion	61
Gambar IV.7 Unggahan Kopi Kenangan Terkait People	64

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder A	51
Tabel IV.2 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder B.....	51
Tabel IV.3 Tabel Unggahan Terkait Kategori Produk Kopi Kenangan	54
Tabel IV.4 Tabel Unggahan Terkait Kategori Price	56
Tabel IV.5 Tabel Unggahan Terkait Promotion Advertising	58
Tabel IV.6 Tabel Unggahan Terkait Promotion Direct Marketing	59
Tabel IV.7 Tabel Unggahan Terkait Promotion Sales Promotion	60
Tabel IV.8 Tabel Unggahan Terkait Unggahan Promotion	62
Tabel IV.9 Tabel Unggahan Terkait People	63

DAFTAR ISI

COVER	1
SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR ISI	x
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.I Latar Belakang Masalah	1
I.II Rumusan Masalah	15
I.III Tujuan Penelitian	15
I.IV Batasan Masalah	15
I.V.Manfaat.Penelitian	15
I.V.1.Manfaat Teoritis	15
I.V.2 Manfaat Praktis	16
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
II.1 Penelitian Terdahulu	17
II.2 Kerangka Teori	22
II.2.1 Komunikasi Pemasaran	22
II.2.2 Marketing Mix (Bauran Pemasaran)	23
II.2.3 Promotion Mix (Bauran Promosi)	26
II.2.4 Instagram	29

II.2.5 Analisis Isi	29
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	34
BAB III.....	37
METODE PENELITIAN	37
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
III.2. Metode Penelitian	37
III.3. Identifikasi Variabel.....	38
III.4. Definisi Konseptual.....	38
III.5. Definisi Operasional	39
III.6. Populasi dan Sampel.....	40
III.7. Teknik penarikan Sampel.....	41
III.8. Teknik Pengumpulan Data	41
III.9. Teknik Validasi dan Reliabilitas	42
III.9.1 Validasi.....	42
III.9.2. Reliabilitas	42
III.10 Teknik Analisis Data	44
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	46
IV.1.1 Profil Akun Instagram.....	46
IV.1.2 Logo Kopi Kenangan	49
IV.2 Uji Reliabilitas	49
IV.3 Hasil Penelitian dan Pembahasan	52
IV.3.1 Product	53
IV.3.2 Price	55
IV.3.3 Promotion.....	57
IV.3.4 People.....	63
IV.4 Hasil Analisis Isi Konten Promosi Kopi Kenangan Melalui Instagram	65
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
V.1 Kesimpulan	67

V.2 Saran.....	68
V.2.1 Saran Akademis	68
V.2.2 Saran Praktis.....	68
V.2.3 Saran Sosial	69
DAFTAR PUSTAKA	70
BUKU	70
JURNAL.....	71
INTERNET	72

ABSTRAK

FAHRY OKTIO PRANATA NRP. 1423020062. ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI KOPI KENANGAN MELALUI INSTAGRAM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui unsur-unsur yang digunakan dalam pembuatan konten promosi oleh akun Instagram @kopikenangan. Melalui analisis isi konten, penelitian ini mengidentifikasi elemen-elemen yang menjadi fokus utama dalam pembuatan konten promosi digital Kopi Kenangan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi terhadap berbagai unggahan di akun Instagram resmi Kopi Kenangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi Kenangan cenderung menonjolkan unsur produk dan promosi penjualan dalam unggahan konten promosinya. Hal ini terlihat dari penggunaan visual produk yang menarik, penawaran khusus, dan diskon yang sering diunggah untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan pengikut. Kesimpulannya, strategi promosi Kopi Kenangan di Instagram efektif dalam menciptakan daya tarik visual dan menawarkan insentif kepada konsumen untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Analisis isi, Konten Promosi, Kopi Kenangan, Marketing Mix

ABSTRACT

FAHRY OKTIO PRANATA NRP. 1423020062. CONTENT ANALYSIS OF KOPI KENANGAN PROMOTIONAL CONTENT VIA INSTAGRAM

This research aims to determine the elements used in creating promotional content by the Instagram account @kopikenangan. Through content analysis, this research identifies the elements that are the main focus in creating digital promotional content for Kopi Kenangan. The research method used was content analysis of various uploads on the official Kopi Kenangan Instagram account. The research results show that Kopi Kenangan tends to highlight product and sales promotion elements in its promotional content uploads. This can be seen from the use of attractive product visuals, special offers and discounts which are often uploaded to attract attention and increase interaction with followers. In conclusion, Kopi Kenangan's promotional strategy on Instagram is effective in creating visual appeal and offering incentives to consumers to increase sales.

Keywords : Content analysis, Promotional Content, Kopi Kenangan, Marketing Mix