

**Analisis Komparatif Pesan Promosi Kedai Kopi Janji
Jiwa dan Kopi Kenangan di Instagram @Kopijanji jiwa dan
@Kopikenangan.id**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH

Angela Evania

1423019085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SKRIPSI

**Analisis Komparatif Pesan Promosi Kedai Kopi Janji
Jiwa dan Kopi Kenangan di Instagram @Kopijanjiwiwa
dan @Kopikenangan.id**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana**

Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



DISUSUN OLEH

Angela Evania

1423019085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Angela Evania Prisandy

NRP : 1423019085

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**Analisis Komparatif Pesan Promosi Kedai Kopi Janji Jiwa dan Kopi
Kenangan di Instagram @Kopijanjiwiwa dan @Kopikenangan.id**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela agar gelar saya dicabut.

Surabaya, 10 Januari 2023

Penulis



Angela Evania Prisandy

NRP.1423019085

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS KOMPARATIF PESAN PROMOSI KEDAI KOPI
JANJI JIWA DAN KOPI KENANGAN PADA INSTAGRAM
@KOPIJANJIJIWA DAN @KOPIKENANGAN.ID**

Oleh :

Angela Evania Prisandy

NRP.1423019085

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji Seminar Proposal Komunikasi.

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

NIDN : 0707078607

Pembimbing II: Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos.,M.Med.Kom.

NIDN : 0719078401



Surabaya, 10 Januari 2023



Angela Evania Prisandy

NRP.1423019085

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada : Selasa, tanggal 20 Desember 2022

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Brigitta Revia S.F, S.I.Kom.,M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Maria Yuliasuti, S.Sos.,M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607
3. Anggota : Brigitta Revia S.F, S.I.Kom.,M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903
4. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Angela Evania Prisandy

NRP : 1423019085

Menyetujui Skripsi saya

Judul : **Analisis Komparatif Pesan Promosi Kedai Kopi Janji
Jiwa dan Kopi Kenangan dalam Instagram
@Kopijanjiwiwa dan @Kopikenangan.id**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet 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, 10 Januari 2023

Yang menyatakan,



Angela Evania Prisandy

NRP. 1423019085

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur pada Tuhan Yesus Kristus akan anugerahNya yang diberikan pada penulis dari dulu, sekarang dan selamanya. Proposal seminar ini tidak akan mungkin tersusun dengan baik tanpa rahmat dan hikmatNya. Karya ini juga dipersembahkan olehNya, dan untuk memperingati kerja keras penulis selama hidupnya. Tak henti rasa syukur diungkapkan pada Tuhan, rekan, sahabat dan diri peneliti yang terus mendukung dan berjuang bersama ditengah lika liku kehidupan. Namun kiranya semuanya dapat terus dijalani hanya untuk kemuliaan nama Tuhan.

***Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah
semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!”***

2 Tawarikh 15 : 7

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia, penyertaan dan hikmat yang telah diberikan pada penulis selama proses penulisan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara garis besar, skripsi ini berisi mengenai analisis isi pesan promosi pada akun instagram @kopikenangan.id dan @Kopijanjiwi yang pada hasilnya akan dikomparasikan.

Terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari dukungan jasmani dan rohani dari berbagai pihak. Oleh karena itu besar keinginan peneliti untuk memberikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah mendukung peneliti :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan pada peneliti hingga dapat melalui proses hingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak ada kata yang cukup untuk mengungkapkan rasa syukur peneliti. Namun, karya ini penulis persembahkan hanya untuk kemuliaan Tuhan Yesus Kristus.
2. Setiap perjuangan peneliti selama menempuh pendidikan dipersembahkan untuk kedua orangtua yang juga telah berjuang dan bekerja keras bagi peneliti. Papa dan Mama, terima kasih banyak atas dukungan, kasih sayang dan kepercayaannya untuk peneliti dari awal kuliah hingga saat ini. Kiranya hasil akhir ini dapat sedikit membanggakan bagi Papa dan Mama.

3. Debora Evelyn, Chico Tangkau, Chielyn dan Bryan, sebagai keluarga yang tidak pernah absen menghibur dan mendukung peneliti setiap hari, sehingga penulis mampu menjalani proses penulisan skripsi dengan baik
- .
4. Sahabat peneliti, Livia, Caca, Tabita, Carolina dan Stephanie atas dukungan dan selalu mendengarkan keluh kesah peneliti selama mengerjakan skripsi.
5. Rekan-rekan sepelayanan peneliti dalam Ngagel Youth Community yang senantiasa mendukung dan mendoakan peneliti selama mengerjakan tugas akhir ini. Tanpa kalian apalah aku. Terimakasih, Guys!
6. Monica Tri Maharani dan Rahel Siagian yang telah berjuang bersama peneliti sejak semester satu hingga saat ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih pada seluruh teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2019 yang telah bersama berjuang demi meraih gelar di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Dosen pembimbing, seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas bimbingan dan dukungan pada peneliti selama proses penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini melihat bagaimana perbandingan pesan promosi dalam media Instagram Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kenangan yaitu @Kopijanjiwiwa dan @Kopikenangan.id. Kedua brand ini adalah brand kopi peringkat pertama dan kedua dalam Top Brand Index mulai tahun 2020 hingga 2023 dengan peringkat yang bersaing. Fokus penelitian ini adalah pesan promosi milik kedua merek kopi nomor satu dan dua pilihan masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Pada penelitian ini, isi pesan promosi kedua kedai kopi menggunakan penekanan pesan, penyajian pesan, teknik penyusunan pesan, penarikan pesan, dan daya tarik pesan. Serta juga menggunakan indikator konten berupa bagaimana isi dan tampilan konten. Perbandingan keduanya paling terlihat dari indikator penekanan pesan *climax* dan *anti-climax*, dimana Janji Jiwa memiliki tipe penyajian pesan *Anti-climax* dan Kopi Kenangan dengan tipe *climax*. Namun selain dalam kategori tersebut, secara keseluruhan kedua kedai kopi ini memiliki kemiripan dalam penyajian pesan promosi.

Kata kunci : Analisis Isi, Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa

ABSTRACT

This research looks at the comparison of promotional messages in the Instagram media of Kopi Janji Jiwa and Kopi Kenangan, namely @Kopijianjiwa and @Kopikenangan.id. These two brands are coffee brands that rank first and second in the Top Brand Index from 2020 to 2023 with competitive rankings. The focus of this research is the promotional messages of the two coffee brands that are the number one and two choices of the Indonesian people. This study uses content analysis method with a descriptive quantitative research approach. In this study, the content of promotional messages for the two coffee shops used message emphasis, message presentation, message preparation techniques, message recall, and message appeal. As well as using content indicators in the form of how the content and appearance of the content. The comparison between the two is most visible from the indicators of emphasis on climax and anti-climax messages, where Janji Jiwa has the Anti-climax message presentation type and Kopi Kenangan has the climax type. But other than those categories, overall these two coffee shops have similarities in presenting promotional messages.

Keywords: Content Analysis, Kopi Kenangan, Kopi Janji Jiwa

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.5 Batasan Masalah	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
II.1 Penelitian Terdahulu	20
II.1 Tinjauan Pustaka	25
II.3 Nisbah Antar Konsep	42
II.4 Kerangka Konseptual	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	44
III.2. Metode	44
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian	45
III.4. Definisi Konseptual	45
III.6. Populasi dan Sampel	49
III.7 Teknik Penarikan Sampel	49
III.8 Teknik Pengumpulan Data	50
III.9 Teknik Validitas dan Realibilitas	50
III.10 Teknik Analisis Data	51
BAB IV	52
BAB V	98
DAFTAR PUSTAKA	100

BUKU	100
JURNAL	100
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	7
Tabel 1.2.....	10
Tabel 4.1.....	60
Tabel 4.2.....	62
Tabel 4.3.....	66
Tabel 4.4.....	68
Tabel 4.5.....	71
Tabel 4.6.....	73
Tabel 4.7.....	75
Tabel 4.9.....	79
Tabel 4.10.....	83
Tabel 4.11.....	86
Tabel 4.12.....	88
Tabel 4.13.....	90
Tabel 4.14.....	92
Tabel 4.15.....	94
Tabel 4.16.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	4
Gambar 1.2.....	8
Gambar 1.3.....	9
Gambar 1.4.....	11
Gambar 1.5.....	12
Gambar 2.1.....	26
Gambar 2.2.....	37
Gambar 4.1.....	53
Gambar 4.2.....	54
Gambar 4.3.....	54
Gambar 4.4.....	55
Gambar 4.5.....	56
Gambar 4.6.....	57
Gambar 4.7.....	58
Gambar 4.8.....	58
Gambar 4.9.....	68
Gambar 4.10.....	70
Gambar 4.11.....	72
Gambar 4.12.....	74
Gambar 4.13.....	81