

**ANALISIS ISI BAHAN PEMASARAN DAN PENGGUNAAN
PROMOTION TOOLS KOPI GOOD DAY MELALUI MEDIA
INSTAGRAM PADA AKUN @GOODDAY.ID**



Disusun Oleh :

Nama : Nelvina Viola Wilian

NRP : 1423020008

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

2023

“Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan *Promotion Tools*

Kopi Good Day Melalui Media Instagram pada Akun @goodday.id”

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



Disusun Oleh :

Nama : Nelvina Viola Wilian

NRP : 1423020008

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan *Promotion Tools*
Kopi Good Day Melalui Media Instagram pada Akun @goodday.id**

Disusun Oleh:

Nelvina Viola Wilian

NRP. 1423020008

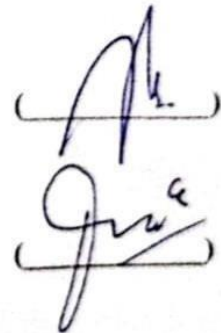
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing Penulisan Skripsi Ilmu Komunikasi untuk diajukan ke tim dosen penguji.

Pembimbing I : Brigitta Revia Sandy F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

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

NIDN. 0702087602



Surabaya, 09 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan telah diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

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 : Brigitta Revia Sandy F. S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0715108903
3. Anggota : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0707078607
4. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0702087602

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan telah diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

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 : Brigitta Revia Sandy F. S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0715108903
3. Anggota : Maria Yuliasuti S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0707078607
4. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0702087602

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Nelvina Viola Wilian

NRP : 1423020008

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi saya yang berjudul :

“Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan *Promotion Tools*

Kopi Good Day Melalui Media Instagram pada Akun @goodday.id”

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 agar gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 09 Januari 2024



Nelvina Viola Wilian

NRP. 1423020008

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya menyatakan :

Nama : Nelvina Viola Wilian

NRP : 1423020008

Menyetujui skripsi saya dengan judul :

“Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan *Promotion Tools* Kopi Good Day Melalui Media Instagram pada Akun @goodday.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 skripsi ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 09 Januari 2024


Nelvina Viola Wilian

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya nelvina sebagai penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus atas berkat dan karunia serta penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik dan lancar. Hidup ini menjadi menarik karena setiap kita memiliki kemungkinan dan juga kemampuan untuk bisa mewujudkan impian. Mengambil risiko disertai kegagalan, kekecewaan, dan kehilangan arah, perjuangan yang telah dilakukan berwujud pada Tugas Akhir ini juga peneliti persembahkan kepada orang tua yang selalu mengajarkan bahwa untuk mencapai keberhasilan memang tidak mudah dan setiap orang pasti pernah gagal. “Jatuh, bangkit lagi jangan berhenti berjuang kembali, kamu pasti akan berhasil di masa depan,” katanya. Terima kasih Papa dan Mama untuk doanya yang selalu menjadi penyemangat untuk selalu melakukan yang terbaik dalam segala hal, sekalipun itu berarti membutuhkan pengorbanan yang besar. Tugas Akhir ini salah satu pengorbanan kecil untuk mu.

Surabaya, 09 Januari 2024

Dengan kasih,

Nelvina Viola Wilian

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya naikkan kepada hadirat Tuhan Yesus atas segala kasih, karunia dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Penulisan Proposal Komunikasi yang berjudul “**Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan *Promotion Tools* Kopi Good Day Melalui Media Instagram pada Akun @goodday.id**”. Proposal ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan proposal ini berisi tentang penelitian yang meneliti isi pesan bauran pemasaran dan penggunaan *promotion tools* pada konten Instagram dalam akun @goodday.id

Terselesainya proposal ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan dari pihak lain. Oleh sebab itu, kiranya peneliti mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus karena semua karena kebaikan dan anugerah-Nya maka dengan kerja keras akhirnya saya mampu mengakhiri apa yang telah saya mulai.
2. Keluarga saya, mulai dari Papa, Mama, Adik yang menjadi kekuatan utama saya. Mereka selalu memberikan dukungan penuh, doa, dan motivasi setiap harinya kepada saya untuk tetap fokus dan optimis dapat berhasil.
3. Ibu Gita dan Ibu Sonya sebagai dosen pembimbing saya. Saya ingin mengucapkan terima kasih atas jasa beliau karena dengan sabar membimbing dan memberikan segala arahan kepada saya dari PPK hingga proposal skripsi agar proposal skripsi saya dapat terlaksana dengan baik dan memuaskan.
4. Teman dan sahabat yang namanya tak bisa saya sebutkan satu per satu. Saya ingin mengucapkan terima kasih untuk semua dukungan dan doa kalian. Terima kasih telah

menemani hari-hari saya dan menghibur di kala penat karena pusing memikirkan proses proposal skripsi yang terasa begitu lama.

5. Seluruh dosen yang Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang pernah mengajar saya dari semester 1 hingga semester 7 atas semua pelajaran berharga dan ilmu yang telah diberikan.

6. Kepada seluruh intercoder yang terlibat dalam penelitian ini. Tanpa mereka, saya tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Sehingga saya ingin mengucapkan banyak berterima kasih atas bantuan mereka. Tuhan Yesus membalas kebaikan mereka.

7. Terakhir, orang yang paling mengenal sisi luar dan dalam kehidupan saya. Mahasiswa dengan NRP. 1423020008. Yang bersedia memaksakan diri dan menahan diri untuk tidak menyerah di tengah jalan. Mau berjuang dari awal hingga akhir sehingga mendapat pencapaian yang sungguh luar biasa ini. Kita adalah rekan kerja yang hebat!

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan penelitian proposal skripsi ini. Maka peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran agar proposal skripsi ini bisa lebih baik lagi dan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca. Terima kasih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN.....	III
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	IV
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR TABEL.....	IX
DAFTAR GAMBAR	X
ABSTRAK.....	XI
ABSTRACT.....	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Batasan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.5 Media Sosial Instagram	35
2.6 Analisis Isi.....	37
2.7 Nisbah Antar Konsep	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Identifikasi Variable	44
3.4 Definisi Konseptual	44
3.5 Populasi dan Sampel	48
3.6 Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data	49
3.8 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.9 Teknik Analisis Data	51
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53

4.1 Gambaran Subjek Penelitian	53
4.2 Profil Akun Instagram Kopi Good Day.....	<u>53</u>
4.3 Uji Reliabilitas.....	56
4.4 Hasil Penelitian dan Pembahasan	61
4.5.1 Product	63
4.5.2 Price	66
4.5.3 Place	70
4.5.4 Promotion.....	73
4.5.5 People.....	76
4.5.6 Ulasan Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	79
4.6.1 Advertising	81
4.6.2 Celebrity Endorser.....	84
4.6.3 <i>Word of Mouth</i> (WOM).....	87
4.6.4 Sales Promotion.....	90
4.6.5 Direct Marketing	93
4.6.6 <i>Publicity</i> / PR	97
4.6.7 Ulasan <i>Promotion Tools</i> (Alat Promosi)	100
4.7 Fitur Instagram	102
4.7.1 Carousel.....	103
4.7.2 Video (<i>Reels</i>).....	104
4.7.3 Foto	106
4.7.4 Ulasan Fitur Instagram	107
BAB V PENUTUP.....	108
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	109
5.2.1 Saran Akademis.....	110
5.2.2 Saran Praktis.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111
JURNAL	112
INTERNET	113
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rating Iklan Kopi Terlaris	6
Tabel 1. 2 Ranking Jumlah Followers Brand Kopi.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2. 2 Karakteristik dan Contoh Promotion Tools	34
Bagan 2. 1 Bagan Jenis Unit Analisis	39
Bagan 2. 2 Bagan Kerangka Teori.....	42
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	45
Tabel 4. 1 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder A	58
Tabel 4. 2 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder B.....	59
Tabel 4. 3 Tabel Unggahan Terkait Indikator Product	63
Tabel 4. 4 Tabel Unggahan Terkait Indikator Price.....	67
Tabel 4. 5 Tabel Unggahan Terkait Indikator Place	70
Tabel 4. 6 Tabel Unggahan Terkait Indikator Promotion	74
Tabel 4. 7 Tabel Unggahan Terkait Indikator People	77
Tabel 4. 8 Tabel Ulasan Peringkat Indikator Bauran Pemasaran.....	80
Tabel 4. 9 Tabel Unggahan Terkait Indikator Advertising	82
Tabel 4. 10 Tabel Unggahan Terkait Indikator Celebrity Endorser.....	84
Tabel 4. 11 Tabel Unggahan Terkait Indikator Word of Mouth.....	88
Tabel 4. 12 Tabel Unggahan Terkait Indikator Sales Promotion.....	91
Tabel 4. 13 Tabel Unggahan Terkait Indikator Direct Marketing	94
Tabel 4. 14 Tabel Unggahan Terkait Indikator Publicity/PR.....	97
Tabel 4. 15 Tabel Ulasan Peringkat Indikator Promotion Tools	101
Tabel 4. 16 Tabel Unggahan Instagram Fitur Carousel	103
Tabel 4. 17 Tabel Unggahan Instagram Fitur Reels	104
Tabel 4. 18 Tabel Unggahan Instagram Fitur Foto	106
Tabel 4. 19 Tabel Ulasan Fitur Instagram.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Contoh kalimat yang menarik dalam Iklan Kopi Good Day Cappuccino.....	6
Gambar 1. 2 Contoh Konten Instagram Kopi Good Day.....	8
Gambar 1. 3 Contoh Konten Instagram Kopi Nesscafe, Kopi ABC dan Kopi Luwak.....	10
Gambar 1. 4 Contoh Konten Event Instagram Kopi Good Day	11
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram Kopi Good Day	55
Gambar 4. 2 Logo Kopi Good Day.....	56
Gambar 4. 3 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Product Kopi.....	65
Gambar 4. 4 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Product Kopi.....	66
Gambar 4. 5 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Price.....	68
Gambar 4. 6 Contoh Harga Kopi Good Day.....	69
Gambar 4. 7 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Place	72
Gambar 4. 8 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Place	73
Gambar 4. 9 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Promotion	75
Gambar 4. 10 Unggahan Kopi Good Day menampilkan People	78
Gambar 4. 11 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Advertising	83
Gambar 4. 12 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Celebrity Endorser ‘Mahalini’	86
Gambar 4. 13 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Celebrity Endorser ‘Lyodra’	87
Gambar 4. 14 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Word of Mouth.....	89
Gambar 4. 15 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Sales Promotion.....	92
Gambar 4. 16 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Direct Marketing	95
Gambar 4. 17 Salah satu event Kopi Good Day	96
Gambar 4. 18 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Publicity.....	99
Gambar 4. 19 Unggahan Kopi Good Day menampilkan Publicity.....	100
Gambar 4. 20 Unggahan Kopi Good Day menggunakan fitur Carousel	104
Gambar 4. 21 Unggahan Kopi Good Day menggunakan fitur Video (Reels).....	105
Gambar 4. 22 Unggahan Kopi Good Day menggunakan fitur Foto	107

ABSTRAK

Nelvina Viola Wilian. Nrp.1423020008. Judul “*Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan Promotion Tools Kopi Good Day Melalui Media Sosial Instagram pada akun @good day.id*”

Hampir dalam setiap aktivitas manusia selalu ada kegiatan promosi, baik mempromosikan barang atau jasa maupun perusahaan itu sendiri. Kegiatan promosi sendiri merupakan bagian dari komunikasi pemasaran yang sering dilakukan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Dalam proses manajemennya, perlu adanya strategi promosi serta penggunaan alat promosi agar lebih efektif dan efisien. Begitu pula dengan brand Kopi Good Day yang kerap melakukan kegiatan promosi melalui media social Instagram. Media sosial Instagram pada jaman sekarang tidak hanya digunakan untuk media hiburan tetapi sebagai media berbisnis dan promosi, Oleh karena itu peneliti ingin menganalisa bagaimana karakteristik isi pesan bauran pemasaran (*marketing mix*) serta penggunaan *promotion tools* Kopi Good Day melalui media Instagram dalam akun @goodday.id tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi. Teknik pengambilan data menggunakan instrument penelitian coding sheet yang akan diisi oleh intercoder 1 dan intercoder 2. Dari hasil penelitian ini dapat dilihat karakteristik isi pesan konten promosi pada akun Instagram Kopi Good Day bahwa dari keseluruhan unggahan konten mengandung indicator marketing mix dan promotion tools, akan tetapi terdapat beberapa indicator tertentu yang sedikit terkandung dalam unggahan konten Kopi Good Day. Untuk indicator marketing mix yang paling sedikit adalah price dan indicator promotion tools yang paling sedikit adalah publicity/PR.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Promotion Tools*, Media Sosial Instagram dan Analisis Isi Pesan

ABSTRACT

Nelvina Viola Wilian. Nrp.1423020008. Judul “*Analisis Isi Bauran Pemasaran dan Penggunaan Promotion Tools Kopi Good Day Melalui Media Sosial Instagram pada akun @good day.id*”

In almost every human activity there are always promotional activities, whether promoting goods or services or the company itself. Promotional activities themselves are part of marketing communications that are often carried out by a company or organization. In the management process, there needs to be a promotional strategy and the use of promotional tools to make it more effective and efficient. Likewise, the Good Day Coffee brand often carries out promotional activities via social media Instagram. Nowadays, Instagram social media is not only used as entertainment media but as a business and promotional media. Therefore, researchers want to analyze the characteristics of the content of marketing mix messages and the use of Good Day Coffee promotion tools through Instagram media in the @goodday account. the id. This research uses a quantitative approach with content analysis methods. The data collection technique uses a coding sheet research instrument which will be filled in by intercoder 1 and intercoder 2. From the results of this research, it can be seen the characteristics of the content of promotional content messages on the Kopi Good Day Instagram account, that not all uploads from Kopi Good Day contain all the marketing mix indicators and tend to use promotion tools more.

Keywords: Marketing Mix, Promotion Tools, Instagram Social Media and Message Content Analysis