

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA AKUN
INSTAGRAM @NAYKOPI DALAM MEMBANGUN
*BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



TIARA MUSTIKA RYANANDA TAHERY

1151800249

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* PADA AKUN
INSTAGRAM @NAYKOPI DALAM MEMBANGUN
*BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



**TIARA MUSTIKA RYANANDA TAHERY
1151800249**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

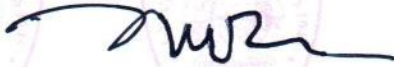
Nama : Tiara Mustika Ryananda Tahery
NBI : 1151800249
Judul : Strategi Digital Marketing Pada Instagram @Naykopi Dalam
Membangun Brand Awareness

Surabaya, 3 Januari 2023

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing

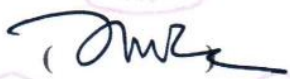



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103


Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom
NPP 20130880165

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Diperintahkan di Depan Sidang Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan telah diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tahun 2023.

Dewan Penguji

1. **Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom** 
2. **A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom** 
3. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom** 

**Mengesahkan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,**



**Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP 20120970103**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tiara Mustika Ryananda Tahery
NPM : 1151800249
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Digital Marketing Pada Instagram @Naykopi
Dalam Membangun Brand Awareness

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri berdasarkan hasil yang diperoleh melalui bimbingan dosen pembimbing, serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari penelitian atau karya ilmiah peneliti lain yang telah dipublikasikan ataupun penelitian orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika dalam penelitian ini menulis dan mengambil kutipan dari karya ilmiah orang lain, maka akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila nantinya ditemukan bukti pada suatu hari nanti yang bersifat menjiplak atau plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan sumber dalam daftar pustaka, maka saya bersiap untuk menerima segala sanksi atau hukuman yang sesuai dengan perbuatan yang saya perbuat dan juga siap untuk menerima hukuman pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Sembawa, 03 Januari 2023
Pernyataan



Tiara Mustika Ryananda Tahery



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Mustika Ryananda Tahery .
NBI/ NPM : 1151800249 .
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik .
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : ~~Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek~~*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Strategi Digital Marketing Pada Instagram @Naykopi
Dalam Membangun Brand Awareness

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya .
Pada tanggal : 4 Januari 2023 .

Tiara Mustika Ryananda-T.

STAMP: 10000 RUPIAH, METERAL TEMPEL, 032AKX162912345

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

This study aims to find out digital marketing strategies that focus on the development of the coffee shop business using Instagram social media. This type of research uses descriptive qualitative research methods conducted with in-depth observation and interviews in order to discuss and answer problem formulations. The focus of this research will be carried out in Surabaya using the Naykopi Research Object as a coffee shop business. This research was conducted to discuss and find out digital marketing strategies through Instagram in an effort to increase Brand Awareness from Naykopi. The purpose of this study is to find out how the digital marketing strategy on Naykopi's Instagram in forming Brand Awareness. The result of this research is Digital Marketing conducted by Naykopi in forming brand awareness through Instagram by utilizing the available features has been very good development so that consumers are aware of the existence of the brand.

Keywords : Digital Marketing Strategy, Instagram, Coffee Shop, Brand Awareness

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi digital marketing yang berfokus pada perkembangan bisnis coffeee shop dengan menggunakan media sosial Instagram. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan observasi dan wawancara secara mendalam supaya dapat membahas dan menjawab rumusan masalah. fokus penelitian ini akan dilakukan di Surabaya dengan menggunakan Objek Penelitian Naykopi sebagai bisnis coffee shop. Penelitian ini dilakukan untuk membahas dan mengetahui strategi digital marketing melalui Instagram dalam upaya peningkatan Brand Awareness dari Naykopi. Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana strategi digital marketing pada Instagram Naykopi dalam pembentukan Brand Awareness. Hasil dari penelitian ini adalah Pemasaran Digital yang dilakukan oleh Naykopi dalam membentuk brand awareness melalui Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia sudah sangat bagus perkembangan nya sehingga konsumen sadar tentang adanya brand tersebut.

Kata kunci : Strategi Pemasaran Digital, Instagram, Coffee shop, Brand Awareness

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan anugerahnya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Digital Marketing Pada Instagram @Naykopi Dalam Membangun Brand Awareness” ini dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir, untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sehubungan dengan penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, karunia dan kelancaran yang diberikan selama penyelesaian skripsi;
2. Kedua Orang Tua, Papa Hery Yuniantoko dan Mama Erma Lukitosari yang selalu bersabar dan memberikan motivasi maupun doa sehingga semuanya berjalan dengan lancar;
3. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
4. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
5. Bapak Mohammad Insan Romadhani, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
6. Bapak Drs. Edy Sudaryanti, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik;
7. Bapak Mohammad Insan Romadhani, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik;
8. Kepada Seluruh Dosen, terimakasih telah mengajarkan banyak pengetahuan, semoga semua yang telah diajarkan menjadi ilmu yang bermanfaat;
9. Seluruh staf yang ada di Naykopi, terimakasih atas kerjasama dan informasi yang telah diberikan;
10. Untuk Kakak dan Adikku, Putri Amelia Kusuma Tahery, Luky Rachmasary Maulina Tahery dan Keiko Khyla Aura Maritza Terimakasih sudah memberikan hiburan dan menemaniku.

11. Untuk sahabatku, Tiara Ilana, Afifatun Nasiroh, Fahrul Danang, Mirza Wardianto, Shalsa Dilla, Rafly Eizhar, dan Farah Fadhilah. Terimakasih telah menjadi teman, sahabat, dan pendengar setia yang setia mendengarkan keluh kesah serta memberi motivasi saat penyusunan tugas akhir ini.
12. Untuk yang sengaja tidak saya sebutkan namanya, terimakasih telah menjadi sahabat, pacar, dan pendengar setia saya yang setia mendengarkan keluh kesah, serta memberi motivasi dan sebagai pengingat saat penyusunan tugas akhir ini.
13. Untuk Diriku sendiri, Tiara Mustika Ryananda Tahery, Terimakasih sudah mau berjuang menyelesaikan tugas akhir ini dengan melawan rasa malas dan sudah bekerja keras.
14. Teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah memberikan motivasi serta pelajaran yang berharga “arti perjuangan dan persahabatan”.
15. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu satu persatu yang telah banyak membantu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Demikianlah, mudah-mudahan semua ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis untuk meretas kehidupan dan masa depan yang baik. Selanjutnya, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Atas perhatiannya penulis sampaikan terima kasih.

Surabaya, 2 November 2022

Tiara Mustika Ryananda Tahery

MOTTO

Jaangan lupa bahagia ya! 😊

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
MOTTO.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 Pemasaran Digital	23
2.3 Kerangka Konsep	27

2.3.1 Strategi	27
2.3.2 Content Marketing	28
2.3.3 Media Sosial	29
2.3.4 Instagram	30
2.3.5 Brand Awareness	32
2.4 Kerangka Dasar Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Pendekatan Penelitian	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	35
3.3.1 Subjek Penelitian	35
3.3.2 Objek Penelitian.....	35
3.4 Jenis Data	35
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	36
3.5.1 Subjek Penelitian	36
3.5.2 Objek Penelitian.....	36
3.6 Jenis Data	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
3.9 Keabsahan data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1 Deskripsi Subjek/ Objek Penelitian	43
4.1.1 Profile Naykopi.....	43
4.1.2 Official Instagram Account @Naykopi.....	47
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	47
4.2.1 Strategi Digital Marketing Naykopi	48
4.2.2 Fitur Instagram @Naykopi	49
4.2.3 Kerangka Manfaat Digital Marketing.....	55

4.2.4 Brand Awareness Naykopi	68
4.2.5 Model Strategi Digital Marketing Naykopi	70
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Rekomendasi.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Segmentasi Konsumen @Naykopi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahun 2020 – 2021	3
Gambar 1.2	Akun Instagram @Naykopi.....	5
Gambar 1.3	Konten Feeds Instagram @Naykopi.....	5
Gambar 1.4	Logo Naykopi.....	7
Gambar 4.1	Logo Naykopi.....	43
Gambar 4.2	Akun Instagram @Naykopi.....	47
Gambar 4.3	Tampilan Feeds Instagram dengan Filter dan Tone Warna yang Sama	51
Gambar 4.4	Konten Tentang Kedai Naykopi.....	51
Gambar 4.5	Konten Reels Naykopi.....	52
Gambar 4.6	Konten Reels Pembuatan Menu @Naykopi	53
Gambar 4.7	Konten Hari Batik Nasional	53
Gambar 4.8	Konten Pengambilan Pesanan	54
Gambar 4.9	Tampilan dari Instagram @Naykopi	59
Gambar 4.10	Tampilan Konten Instastory @Naykopi.....	61
Gambar 4.11	Tampilan Highlight Instastory @Naykopi	61
Gambar 4.12	Tampilan Caption @Naykopi.....	63
Gambar 4.13	Tampilan Hashtag @Naykopi	64
Gambar 4.14	Postingan Konsumen Naykopi Di Instastory dan Feeds	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Guide Interview	77
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	80
Lampiran 3. Foto Dokumentasi.....	85
Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi	86
Lampiran 5. Hasil Turnitin.....	88
Lampiran 6. Bebas Lab	91
Lampiran 7. Lembar Revisi.....	92