

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE JALAN
KOREA MELALUI INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN
MINAT BELI**



Oleh :

NISYAH OKTAVIANA ZALFA

1151900277

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

2023

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE JALAN KOREA MELALUI INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN MINAT BELI

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



Oleh :

NISYAH OKTAVIANA ZALFA
1151900277

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nisyah Oktaviana Zalfa

NBI : 1151900277

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Jalan Korea Melalui Instagram
Dalam Membangun Minat Beli

Surabaya, 26 Juni 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. 20120.87.0103


Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

NPP. 20150170752

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang dewan penguji fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada tanggal 26 Juni 2023.

Dosen penguji:

1. Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua

2. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.

Anggota

3. Prof. Dr. Arief Dermawan, SU

Anggota

(*Muchamad Rizqi*)
(*Dewi Sri Andika Rusmana*)

(*Prof. Dr. Arief Dermawan*)

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nisyah Oktaviana Zalfa
NBI : 1151900277
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Jalan Korea
Melalui Instagram dalam Membangun Minat Beli

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

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

Surabaya, 2 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan



Nisyah Oktaviana Zalfa

NBI. 1151900277



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 : NISYAH OKTAVIANA ZALFA
NBI/ NPM : 1121900277
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 KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE JALAN FORBA
MELAWI INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN MINAT BELI

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 : SURABAYA
Pada tanggal : 09 JULI

Yang Menyatakan,


NISYAH OKTAVIANA ZALFA

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

This study describes the marketing communication strategy of the Korean Street Cafe via Instagram in building buying interest. The purpose of this research is to find out how the marketing communication strategy of Korean Street Cafe via Instagram builds buying interest. In this study using descriptive qualitative. Data collection techniques used are interview techniques, observation and documentation. This study focuses on the use of AIDA theory where the results of research applying AIDA theory consist of four stages. The first stage is attention to attract attention by advertising products on social media. The second stage, namely interest, seeks to build consumer interest by providing attractive promos. The second stage is desire, which is trying to grow consumer desires to buy by providing the best service to consumers and the best offers. The last stage is the action where consumers purchase products that have been offered from the first and third stages so that they are declared successful. This study also applies several tools in marketing communication that exist in the promotion mix concept such as Advertising, Sales promotion, Personal selling, Public Relations and Direct Marketing at the Korean Street Cafe. For example, the form of verbal and non-verbal promotional messages used by the Jalan Cafe Korea is a sales promotion that is published on the Instagram social media account page. Thus it can be concluded that the application of effective promotional messages in accordance with AIDA rules is contained in all promotional messages used by Korean Street Cafe.

Keywords : Marketing Communication Strategy, AIDA, Promotion Mix, Korean Street Café, Building Buying Interest

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan tentang strategi komunikasi pemasaran Cafe Jalan Korea Melalui Instagram Dalam Membangun Minat Beli. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Cafe Jalan Korea melalui Instagram dalam membangun minat beli. Dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. penelitian ini memfokuskan penggunaan teori AIDA dimana hasil dari penelitian yang menerapkan teori AIDA yang terdiri dari empat tahap. Tahap pertama yaitu *attention* untuk menarik perhatian dengan melakukan iklan produk di media sosial. Tahap kedua yaitu *interest* berusaha untuk membangun minat konsumen dengan memberi promo menarik. Tahap kedia yaitu *desire* yaitu berusaha untuk menumbuhkan keinginan konsumen untuk membeli dengan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap konsumen dan penawaran yang terbaik. Tahap terakhir yaitu *action* dimana konsumen melakukan pembelian produk yang sudah ditawarkan dari tahap pertama sama kietiga sehingga dinyatakan berhasil. Penelitian ini juga menerapkan beberapa *tools* dalam komunikasi pemasaran yang ada dalam konsep bauran promosi seperti *Advertising*, *Sales promotion*, *Personal selling*, *Public Relation* dan *Direct Marketing* di Cafe Jalan Korea, Sebagai contoh bentuk pesan promosi secara verbal dan non-verbal yang digunakan oleh Cafe Jalan Korea adalah *sales promotion* yang dipublikasi di laman akun media sosial Instagram. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penerapan pesan promosi yang efektif sesuai dengan kaidah AIDA terdapat dalam semua pesan promosi yang digunakan oleh Cafe Jalan Korea.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, AIDA, Bauran Promosi, Café Jalan Korea, Membangun Minat Beli

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Jalan Korea Melalui Instagram Dalam Membangun Minat Beli” dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 194 Surabaya. Sehubungan dengan penyesunan skripsi ini dari awal hingga 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) Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
- 2) Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
- 3) Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
- 4) Bapak Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M Med.Kom, selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik;
- 5) Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik;
- 6) Untuk (Alm) H.Basir selaku kakek saya tercinta yang telah berperan besar dalam kehidupan saya. Semoga beliau bangga dan bahagia disana;
- 7) Keluarga penulis Ibu Narmi Nila Sari, Ayah Fuad Saroni, serta keluarga besar yang selalu mendukung, memberikan doa dan motivasi sehingga semuanya berjalan dengan lancar;
- 8) Kepada Idola favorit penulis, EXO, STRAY KIDS, ATEEZ, yang karya-karyanya sangat menghibur penulis dan menjadi penyemangat ketika penulis sedang kehilangan mood untuk menulis skripsi dan memotivasi penulis untuk dapat lulus tepat waktu;
- 9) Teman-teman penulis Florentina Kuway, Putri Darma, khususnya Yulia dan Dirga Sari yang selalu mendukung setiap proses perbaikan diri yang dilewati oleh penulis;
- 10) Lee Sangjae, Devi serta para *staff* Cafe Jalan Korea, Brigita Aristya serta Putri Darmayanti yang bersedia menjadi informan dan telah memberi seluruh informasi yang dibutuhkan oleh penulis selama proses penelitian;

Demikian yang dapat Penulis sampaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun sehingga dapat berguna bagi banyak pihak di kemudian hari. Sekian dan terima kasih.

Penulis

Nisyah Oktaviana Zalfa

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Teoretis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Critical Review.....	8
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	10
2.2.2 Teori AIDA.....	11
2.3 Kerangka Konsep.....	13
2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.3.2 Media Sosial.....	15
2.3.3 Instagram.....	16
2.3.2 Minat Beli.....	18

2.3.3	Kerangka Dasar Penelitian.....	19
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
3.1	Pendekatan Penelitian	21
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	21
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.3.1	Jenis Data	21
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.4	Teknik Analisis Data.....	23
3.5	Keabsahan Data	24
3.5.1	Triangulasi Data.....	24
BAB IV	25
HASIL PENELITIAN	25
4.1	Deskripsi Objek	25
4.1.1	Sejarah Objek.....	25
4.1.2	Profil Perusahaan	26
4.1.3	Visi dan Misi.....	27
4.2	Penyajian Data	27
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Jalan Korea Melalui Instagram Dalam Membangun Minat Beli.....	27
4.2.2	<i>Attention</i>	28
4.2.3	<i>Interest</i>	31
4.2.4	<i>Desire</i>	36
4.2.5	<i>Action</i>	38
4.2.6	Minat Beli	42
4.3	Pembahasan.....	42
BAB V	45

PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Rekomendasi.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	49
Lampiran 1 Guide Interview.....	49
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	53
Lampiran 3 Kartu Bimbingan.....	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Logo Cafe	29
GAMBAR 2 Akun Instagram Cafe Jalan Korea.....	30
GAMBAR 3 <i>Repost Story</i> Cafe Jalan Korea	36
GAMBAR 4 Bentuk Promosi Cafe Jalan Korea.....	37
GAMBAR 5 Akun <i>Gofood</i> dan <i>Grabfood</i> Cafe Jalan Korea	38
GAMBAR 6 Ulasan Pengunjung di <i>Google Review</i>	39
GAMBAR 7 <i>Blogger</i> yang Meliput Cafe Jalan Korea	46

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Penelitian Terdahulu	6
TABEL 2 Kriteria Informan	26
TABEL 3 Profil Informan	26