

**Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Grande Garden  
Café Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Melalui  
Instagram**

**SKRIPSI**

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



OLEH:

**Teguh Putro Anugrah**

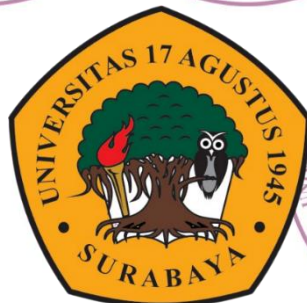
NBI : 1151900072

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Grande Garden  
Café Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Melalui  
Instagram**

**SKRIPSI**

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



OLEH:

**Teguh Putro Anugrah**

NBI : 1151900072

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

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Teguh Putro Anugrah  
NBI : 1151900072  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Grande Garden Café Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Melalui Instagram

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Dra. Avun Maduwinarti, M.P  
NPP. 20120.87.0103

Surabaya, 27 Juni 2023  
Disetujui Oleh Dosen Pembimbing



Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med.  
Kom  
NPP. 20150180777

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana .

Dewan Penguji

1. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.  
Sos., M. Med. Kom  
Ketua



2. Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi  
Anggota



3. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si  
Anggota



Mengesahkan

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P  
NPP. 20120.87.0103

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teguh Putro Anugrah  
NBI : 1151900072  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Grande Garden Café Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Melalui Instagram

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.

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

Surabaya, 27 Juni 2023  
Yang Membuat Pernyataan



**Teguh Putro Anugrah**  
**NBI. 1151900072**



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 : Teguh Putro Anugrah  
NBI/ NPM : 1151900072  
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 Komunikasi Pemasaran Digital Grande Garden Café Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Melalui Instagram”

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 : 11 Juli 2023

Yang Menyatakan,



**(Teguh Putro Anugrah)**

NBI.1151900072

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat berdampak terhadap dunia bisnis dan menciptakan perubahan pada strategi komunikasi pemasaran. Strategi komunikasi pemasaran yang sebelumnya lebih mengandalkan media cetak dan media elektronik serta interaksi langsung dengan konsumen kini telah terbarukan menjadi strategi komunikasi pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan media digital. Dalam penelitian ini penulis akan menggali bagaimana strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Grande Garden Cafe dalam meningkatkan jumlah pengunjungnya melalui Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan, teori yang dipakai adalah teori *Integrated Marketing Communicaion* (IMC). Menurut Kotler dan Keller (2016) *promotion mix* kombinasi strategi yang paling baik dari unsur-unsur promosi yang digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Grande Garden Café dianggap efektif dengan menerapkan alat-alat komunikasi menurut Belch seperti *advertising* (periklanan), *personal selling* (penjualan personal), *sales promotion* (promosi penjualan), *direct marketing* (pemasaran langsung), *internet marketing*, dan *public relations* (hubungan masyarakat). Grande Garden Café berlokasi di Jalan Kaliandra, Dusun Gamoh, Desa Dayurejo, Kecamatan Prigen, Pasuruan, Jawa Timur 67157. Grande Garden Café dibangun pada bulan Desember 2021 dan mulai beroperasi pada 11 Februari 2022.

Kata kunci : Grande Garden Café, Media Sosial, Instagram, *Promotion Mix*, Komunikasi Pemasaran Digital, Strategi Komunikasi Pemasaran

## ***ABSTRACT***

*The rapid development of information technology has an impact on the business world and creates changes in marketing communication strategies. Marketing communication strategies that previously relied more on print and electronic media as well as direct interaction with consumers have now been renewed into marketing communications strategies that utilize the sophistication of digital media. In this study, the author will explore how the digital marketing strategy carried out by Grande Garden Café in increasing the number of visitors via Instagram. This study uses qualitative methods using data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Meanwhile, the theory used is the Integrated Marketing Communication (IMC) theory. According to Kotler and Keller (2016) promotion mix is the best strategic combination of promotional elements used to achieve company goals. The results showed that the marketing communication strategy of Grande Garden Café was considered effective by applying Belch's communication tools such as advertising, personal selling, sales promotion, direct marketing, internet marketing, and public relations (public relations). Grande Garden Café is located on Jalan Kaliandra, Gamoh Hamlet, Dayurejo Village, Prigen District, Pasuruan, East Java 67157. Grande Garden Café was built in December 2021 and started operating on 11 February 2022.*

*Keywords: Grande Garden Café, Social Media, Instagram, Promotion Mix, Digital Marketing Communication, Marketing Communication Strategy*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Grande Garden Café Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Melalui Instagram” sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Tentunya dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan yang tidak disadari dan tidak sengaja namun penulis telah berusaha maksimal untuk menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan, masukan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar memberikan waktunya untuk membimbing dan memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Semoga beliau selalu diberi kesehatan dan rezeki yang lancar.
4. Bapak Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA selaku dosen pembimbing II yang juga dengan sabar memberikan bimbingan, waktu, serta saran selama penyusunan skripsi ini. Semoga beliau selalu dilimpahi kebahagiaan.
5. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku dosen wali, terima kasih telah membimbing dan memberikan arahan selama menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Semoga beliau selalu diberi kesehatan.
6. Bapak dan ibu dosen pengajar yang selama masa perkuliahan telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

7. Segenap staf perpustakaan dan karyawan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah melayani dan membantu dalam kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
8. Teruntuk yang terkasih, Ayahanda, Ibunda dan Kakaknda selaku penyemangat, pemberi motivasi, dan doa di setiap waktu. Terima kasih atas doa, dan dukungannya sehingga penulis bisa berada di titik ini.
9. Kepada Grande Garden Cafe yang bersedia untuk dijadikan objek penelitian. Ibu Istiqomah Dwija dan segenap *crew* Grande Garden Cafe yang lainnya, terima kasih. Kalian orang-orang hebat.
10. Teman-teman kampus seperjuangan, Moch. Brillian, Junior Farhan, Dandi Jaya, Rika Rahmadini, Dewi Sella, Aldino Fernanda, Ivaldo Suharnoko, Dien Winnan, Hadi Lesmana, dan Aditya Wirandaru yang selalu memberikan dukungan, saran, serta bantuan sampai terselesaikannya skripsi ini. Semoga kalian sehat selalu.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Akhir kata, kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah mengalahkan rasa malas dan tetap menjalani hari-hari dengan penuh semangat meski terasa sulit. Kamu hebat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan pembaca serta dapat menjadi sumber referensi.

Surabaya, Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>I</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>II</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>IV</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VI</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XIII</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XV</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis.....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Critical Review .....</b>	<b>15</b>

2.2	Landasan Teori.....	18
2.2.1	Integrated Marketing Communication (Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu).....	18
2.3	Kerangka Konsep.....	21
2.3.1	Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3.2	Strategi Komunikasi Pemasaran .....	22
2.3.3	Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	24
2.3.4	Media Sosial.....	24
2.3.5	Instagram.....	25
2.3.6	Pengertian Perilaku Konsumen .....	26
2.3.7	Perkembangan Perilaku Konsumen.....	26
2.4	Kerangka Dasar Penelitian .....	27
<b>BAB III.....</b>		<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	29
3.2	Jenis Penelitian .....	29
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3.1	Subjek Penelitian.....	30
3.3.2	Objek Penelitian .....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.4.1	Jenis Data.....	31
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	33
3.6	Keabsahan Data.....	34
<b>BAB IV .....</b>		<b>37</b>
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>37</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1	Tentang Grande Garden Café .....	37

4.1.1 Struktur Manajemen Grande Garden Café .....	39
4.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Grande Garden Cafe .....	40
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	41
4.2.1 <i>Advertising</i> (Periklanan) .....	41
4.2.2 <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung).....	44
4.2.3 <i>Internet Marketing</i> (Pemasaran Internet).....	46
4.2.4 <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	48
4.2.5 <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal).....	50
4.2.6 <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat) .....	51
4.2.6 Minat Pengunjung Grande Garden Café.....	54
<b>BAB V</b> .....	59
<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	59
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b> .....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Rekomendasi.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	61
<b>LAMPIRAN</b> .....	64

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Informan Penelitian .....	28
Tabel 3.2 Kriteria Informan .....	29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar Iklan Media Cetak Kompas .....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Daftar Media Sosial dengan Pengguna Aktif Terbanyak .....	4
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia .....	6
Gambar 1.5. Insight Instagram @grande_gardencafe .....	8
Gambar 1.3 Daftar Media Sosial dengan Pengguna Aktif Terbanyak .....	4
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia .....	6
Gambar 3.3 Teknik Triangulasi .....	33
Gambar 4.1 Lokasi Grande Garden Café .....	34
Gambar 4.2 Logo Grande Garden Cafe.....	36
Gambar 4.3. Struktur Manajemen Grande Garden Cafe .....	37
Gambar 4.4 Informasi Akun Grande Garden Cafe.....	39
Gambar 4.5 Feed Instagram Grande Garden Café .....	40
Gambar 4.6 Proses Direct Marketing Grande Garden Cafe .....	41
Gambar 4.7 Proses Direct Marketing Grande Garden Cafe .....	43
Gambar 4.8 Proses Internet Marketing Grande Garden Café.....	45
Gambar 4.9 Sales Promotion Grande Garden Cafe.....	46
Gambar 4.10 Dokumentasi para karyawan Grande Garden Café .....	48
Gambar 4.11 Metode Public Relations Grande Garden Café.....	49
Gambar 4.12 Metode Public Relations Grande Garden Café.....	50
Gambar 4.13 <i>Insight</i> Instagram Grande Garden Café .....	51
Gambar 4.14 Fasilitas yang ada di Grande Garden Cafe .....	52
Gambar 4.15 Pengunjung Grande Garden Cafe .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Perintah Revisi Penguji 1 .....	64
Lampiran 2 Perintah Revisi Penguji 2 .....	65
Lampiran 3 Perintah Revisi Penguji 3 .....	66
Lampiran 4 Hasil Turnitin .....	67
Lampiran 5 Panduan Wawancara Penelitian .....	70
Lampiran 6 Dokumentasi Hasil Observasi .....	73
Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi .....	75
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Informan Ibu Istiqomah Dwija Pratiwi Pemilik Grande Garden Café .....	77
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Informan Abdul Rokhim Selaku Content Creator Grande Garden Cafe .....	81
Lampiran 10 Transkrip Wawancara Muhammad Ibrahim Konsumen Grande Garden Cafe .....	84



