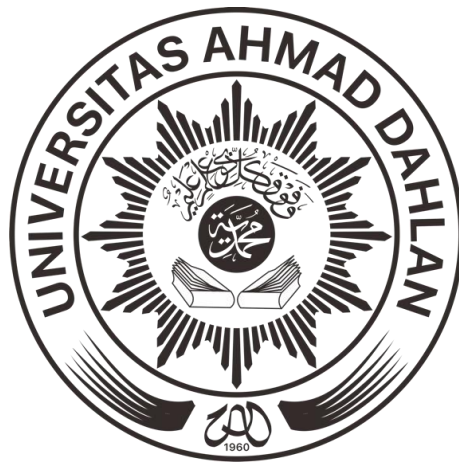


**PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
COFFEE SHOP KULO NUWUN SURAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



**OLEH:  
ANYSIA ASHARI  
1800030487**

**FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN YOGYAKARTA  
2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *COFFEE*  
*SHOP KULO NUWUN SURAKARTA*

### SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu  
Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



Muhammad Thoyib Amah, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIPM. 19930119 201908 111 1335154

## HALAMAN PENGESAHAN

PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *COFFEE*  
*SHOP KULO NUWUN SURAKARTA*

SKRIPSI

Oleh  
Anysia Ashari  
180030487

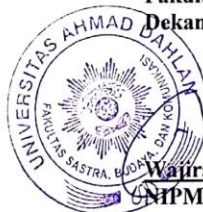
Skrripsi ini telah dipertahankan di depan panitia ujian skripsi pada tanggal  
8 Maret 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelara Sarjana Sastra Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan

### SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

1. Ketua : Muhammad Toyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom. (...)
2. Penguji I : Muhammad Najih Farihanto, S.I.Kom., M.A. (...)
3. Penguji II : Fajar Dwi Putra, S.PT., M.Psi. (...)

Yogyakarta, 08 Maret 2024  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Dekan



Wajiran, S.S. M.A., Ph.D.

NPM. 19791218 200309 111 0900733

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anysia Ashari

NIM : 1800030487

Email : [Anysia1800030487@webmail.uad.ac.id](mailto:Anysia1800030487@webmail.uad.ac.id)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
*COFFEE SHOP* KULO NUWUN SURAKARTA"

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi Saya ajikan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian – bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab Saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar – benarnya.

Yogyakarta, 08 Maret 2024

Mengetahui,  
Kepala Program Studi



**Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.**  
NIPM. 19930605 201810 011 1311335

Yang Menyatakan,


METERAI  
TEMPEL  
AALX044438476

**Anysia Ashari**  
1800030487

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anysia Ashari  
NIM : 180003487  
Email : [Anysia1800030487@webmail.uad.ac.id](mailto:Anysia1800030487@webmail.uad.ac.id)  
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Tugas Akhir : “PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI *COFFEE SHOP* KULO NUWUN SURAKARTA”


Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan dan penelitian/implementasi saya sendiri. Tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulias atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Penyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 08 Maret 2024

Yang menyatakan,



Anysia Ashari

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda yang dibawah ini :

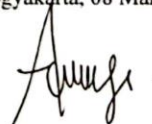
Nama : Anysia Ashari  
NIM : 1800030487  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Sastra, Budaya dan Komunikasi  
Email : Anysia 1800030487@webmail.uad.ac.id  
Judul : "PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
*COFFEE SHOP* KULO NUWUN SURAKARTA"

Dengan ini saya menyatakan hak secara penuh kepada perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta mengelola karya saya ini dengan mengarah pada ketentuan akses tugas akhir elektronika sebagai berikut.

Saya (Mengizinkan/tidak mengizinkan) karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 08 Maret 2024



Anysia Ashari

Mengetahui  
Pembimbing



**Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom, M.I.Kom**  
NIPM. 19930119 201908 111 1335154

## **MOTTO**

“Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan,  
menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan”

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Orang tua saya tercinta yaitu Bapak Ashari, Mamah Eryk Kusumawati dan Ibu Suharyati yang selalu memberikan dukungannya terhadap saya dalam segala hal.

Saudara saya yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang sudah banyak membantu saya dalam proses pembelajaran.

Teman, sahabat dan kerabat yang sudah setia berada disisi saya selama proses menyelesaikan skripsi ini



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat hidayah-Nya sehingga kita masih diberi izin serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan tugas dan kewajiban kita. Sholawat serta salam kita haturkan pada junjungan besar Nabi Muhammad SAW

Skripsi dengan judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi *Coffee shop* Kulo Nuwun Surakarta” ini merupakan suatu persyaratan untuk menempuh gelar strata 1 (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

Di dalam melakukan penelitian terkait skripsi tersebut, tentunya peneliti tidak dapat bekerja maksimal tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini, peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan anugerah-Nya sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
2. Dr. Muchlas Arkanuddin, M.T, selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran, S.S, M.A. Ph,D, selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan 2023
4. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A., Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan
5. Bapak Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom.,M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi
6. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Bapak/Ibu segenap Karyawan Staff Tata Usaha di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi UAD

8. Untuk diri saya sendiri yang telah berjuang mengerjakan skripsi ini hingga tuntas dan selalu menghadapi rintangan selama pengerjaan skripsi ini berlangsung.
9. Orang tua tercinta, Bapak Ashari, Mamah Eryk Kusumawati, dan ibu Suharyati yang telah senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, dan kasih sayang yang tiada henti kepada peneliti.
10. Kakak tersayang Krisna Kurniawan, Khala Kirana dan Indriyati Septi Ananda yang senantiasa mendoakan, mendukung, mendengarkan curhatan keluh kesah peneliti
11. Teman – teman seperjuangan : Arum, Kesya, Megy, Rendy, Agil, Cindy, Butok, Lisoh, Nopi, Mirul, Riska, Rere, Yudha, Mbambung, Aceh, Kecap, Dll yang tidak disebutkan, Terima kasih atas dukungan yang diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman – teman GR : Ajeng Kusuma, Ridho Rizky, Novira Maharani, Adinda Rizky, Naufal Mubarak, Ferry Guntur yang selalu memberi semangat, menemani penulis dikala senang dan sedih. Terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan membuat penulis selalu merasa bahagia dan bersyukur.
13. Teman – teman SMA : Aisyah Alvira, Nadia Alatas, Anastasya Nifa, Zahra Adiba, Alma Ayuningtyas yang selalu memberi memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
14. Pak Brian Budi selaku Owner Kulo Nuwun Kopi yang membantu saya dalam mengumpulkan data penelitian.
15. Teman – teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
1. Bagi Akademis .....	6
2. Bagi Praktis .....	6
E. Fokus Penelitian.....	7
F. Kajian Pustaka .....	7
1. Penelitian Sebelumnya .....	7
2. Kerangka Teori.....	9
G. Kerangka Pemikiran.....	18

H. Metode Penelitian .....	19
1) Jenis Penelitian .....	19
2) Lokasi Penelitian .....	19
3) Sumber Data.....	20
4) Teknik Pengumpulan Data.....	20
5) Teknik Analisis Data.....	22
6) Teknik Validasi Data .....	24
<b>BAB II .....</b>	<b>25</b>
<b>DESKRIPSI UMUM.....</b>	<b>25</b>
A. Profil Kulo Nuwun Kopi.....	25
B. Visi Misi Perusahaan .....	26
1. Visi Kulo Nuwun Kopi .....	26
2. Misi Kulo Nuwun Kopi.....	27
C. Logo Kulo Nuwun Kopi Solo .....	27
D. Struktur Organisasi Perusahaan .....	28
E. Produk Kulo Nuwun Kopi .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>32</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
A. Hasil Penelitian .....	32
1. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi .....	33
2. Tujuan Promosi Melalui Instagram.....	44
B. Pembahasan.....	50
1. Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi.....	50
2. Tujuan Promosi Melalui Instagram.....	54
<b>BAB IV .....</b>	<b>59</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
1. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi .....	59
2. Tujuan Promosi melalui Instagram .....	60
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>63</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu .....	7
--------------------------------------	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Profil istagram @kulonuwunkopi, 08/11/2023, pukul 09.10.....	3
Gambar 1 2 Postingan Kolaborasi Event di Instagram.....	4
Gambar 2. 1. Bangunan Joglo Kulo Nuwun .....	26
Gambar 2. 2. Logo KuloNuwun Kopi .....	27
Gambar 2. 3. Produk Minuman Memakai Nama Pewayangan.....	30
Gambar 2. 4. Highlight Produk Jajanan Pasar Tradisional.....	31
Gambar 3 .1 Tangkapan Layar Foto Produk.....	35
Gambar 3 .2 Tangkapan Layar Foto Pada Postingan Instagram.....	36
Gambar 3 .3 Postingan Instagram Berkolaborasi dengan Brand Makanan .....	39
Gambar 3 .4 Tangkapan Layar Fitur Highlight pada Profil Instagram.....	39
Gambar 3 .5 Postingan Feed Instagram Event Kolaborasi dengan Soegi Bornean .....	40
Gambar 3 .6 Postingan Instagram tentang Giveaway Bagi-Bagi Tiket Nonton Konser Gratis.....	42
Gambar 3 .7 Postingan Instagram Kulo Nuwun Kopi Mengadakan Hiburan Berkaraoke Bersama Pengunjung .....	43
Gambar 3 .8 Postingan Konten Menu Baru Kulo Nuwun Kopi .....	45
Gambar 3 .9 Postingan Dengan Caption Membujuk Pengguna Instagram .....	47
Gambar 3 .10 Beberapa Postingan produk Kulo Nuwun Kopi.....	48
Gambar 3 .11 Postingan Kolaborasi Kulo Nuwun Kopi menjadi Media Partner .....	49

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran .....	18
Bagan 2 1. Struktur Organisasi Perusahaan.....	28

## INTISARI

Penggunaan teknologi sebagai kegiatan bisnis mulai berkembang dengan pesat, hal ini ditandai dengan munculnya berbagai transaksi melalui internet. Hal yang sama juga dilakukan dalam melakukan kegiatan promosi. Promosi yang efektif untuk menarik minat pembeli yaitu dengan melalui media sosial. Saat ini banyak bisnis bermunculan, terutama bisnis tempat nongkrong seperti coffee shop. Di kota solo bisnis coffee shop mulai bersaing karena banyaknya tempat - tempat baru. Kulo Nuwun Kopi merupakan salah satu coffee shop di Surakarta yang dimana mereka menggunakan media sosial instagram dalam setiap kegiatan promosinya untuk meningkatkan penjualannya. Tujuan dari penelitian ialah untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan instagram oleh Kulo Nuwun Kopi dalam mempromosikan bisnisnya.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini ialah metode kualitatif dengan melakukan analisis deskriptif dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian ini adalah pemanfaatan instagram sebagai media promosi coffee shop kulo nuwun Surakarta pada konsep teori 4C Heur yakni beberapa konsep teori sudah dilakukan tetapi konsep *communication* belum sepenuhnya dilakukan oleh instagram kulo nuwun kopi dengan customernya pada saat melakukan komunikasi melalui fitur kolom komentar pada setiap postingannya. Kemudian dalam tujuan penelitian yakni kegiatan *persuading* atau membujuk juga belum sepenuhnya dilakukan oleh kulo nuwun kopi dengan membujuk konsumennya dengan memberikan sebuah diskon dalam produknya padahal kegiatan membujuk dengan memberikan diskon ini sangat diminati oleh konsumen dan biasanya dilakukan dalam kegiatan promosi.

**Kata kunci :** Instagram, Media Promosi, Coffee Shop



## **ABSTRAK**

*The use of technology as a business activity is starting to develop rapidly, this is marked by the emergence of various transactions via the internet. The same thing is also done in carrying out promotional activities. Effective promotions to attract buyers interest are through social media. Currently, many businesses are popping up, especially hangout businesses such as coffee shops. In the city of Solo, the coffee shop business is starting to compete because of the many new places. Kulo Nuwun Kopi is a coffee shop in Surakarta where they use Instagram social media in every promotional activity to increase sales. The research aims to find out how Kulo Nuwun Kopi uses Instagram to promote its business.*

*The research method used in this research is a qualitative method that involves carrying out descriptive analysis through interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques use data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*Based on the results of this research, the use of Instagram as a promotional medium for the Kulo Nuwun Coffee Shop in Surakarta is based on the 4C Heur theoretical concept, namely that several theoretical concepts have been implemented, but the communication concept has not been fully implemented by the Kulo Nuwun Coffee Instagram with its customers when communicating via the comment column feature on each post. Then, according to the research objective, the activity of persuading or persuading has not been fully carried out by Kulo Nuwun Kopi by persuading its consumers by giving discounts on its products, even though the activity of persuading by giving discounts is very popular with consumers and is usually carried out in promotional activities.*

**Keyword :** *Instagram, Promotion Media, Coffee Shop*