

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@ARKACOFFE.SPACE DALAM MEMBANGUN  
LOYALITAS KONSUMEN**

**SKRIPSI**

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



**Disusun Oleh:**

**AZALIA ZAHRA AGUS ARDIVA  
2000030112**

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

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@ARKACOFFE.SPACE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS  
KONSUMEN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai salah Satu Syarat  
Untu Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra Budaya Dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan**

**Oleh:  
Azalia Zahra Agus Ardiva  
2000030112**

**Telah Disetujui Oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas  
Sastra,  
Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan telah  
memenuhi syarat untuk diujikan**

**Yogyakarta, 16 Mei 2024  
Pembimbing**



**Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si  
NIPM. 197901022012021111078525**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
@ARKACOFFE.SPACE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS  
KONSUMEN**

**SKRIPSI**

Oleh:  
**Azalia Zahra Agus Ardiva**  
**2000030112**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada  
16 Mei 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu  
Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan

**SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI :**

1. Ketua : Ardiyanto Wardhana, Dr., S.Sos., M.,Si.
2. Penguji 1 : Nunik Hariyanti, S.I.Kom., M.A.
3. Penguji 2 : Muhammad Thoyib A, S.I.Kom., M.Ikom.

Yogyakarta, 16 Mei 2024  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Dekan



**Wajiran. S.S., M.A., Ph.D**  
NIPM. 197912182003091110900733

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Azalia Zahra Agus Ardiva

NIM: 2000030112

Email: [azaliaardiva2002@gmail.com](mailto:azaliaardiva2002@gmail.com)

Prodi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul: **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**@ARKACOFFE.SPACE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS  
KONSUMEN**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan 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 tidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

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

Mengetahui,

Yogyakarta, 16 Mei 2024

Kepala Program Studi

Yang Mengetahui



Fitrinanda An Nur, S. I. Kom., M.A.

NIPM. 199306052018100111311335



Azalia Zahra Agus Ardiva

NIM. 2000030112

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Azalia Zahra Agus Ardiva

NIM: 2000030112

Email: [azaliaardiva2002@gmail.com](mailto:azaliaardiva2002@gmail.com)

Prodi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul: PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

@ARKACOFFE.SPACE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS  
KONSUMEN

Dengan ini menyatakan bahwa:

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

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian 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, 16 Mei 2024

Yang Menyatakan



Azalia Zahra Agus Ardiva

NIM 2000030112

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Nama: Azalia Zahra Agus Ardiva

Nim: 2000030112

Email: [azaliaardiva2002@gmail.com](mailto:azaliaardiva2002@gmail.com)

Fakultas: Sastra, Budaya dan Komunikasi

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir: PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

@ARKACOFFE.SPACE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN

Dengan ini saya menyatakan sepenuhnya kepada pusat sumber belajar Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan akses terhadap karya saya ini dengan mengacu kepada ketentuan pada ketentuan akses tugas akhir elektronik segala berikut (beritanda tanda pada kotak):



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository pusat sumber belajar Universitas Ahmad Dahlan

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si

NIPM. 197901022012021111078525

Yogyakarta, 16 Mei 2024



Azalia Zahra Agus Ardiva

NIM. 2000030112

## **MOTTO**

“ Bukan aku yang hebat, tetapi doa ibu ku yang kuat“

“ Kalau kita tidak memiliki kepasrahan, kita bakal stres. Kalau yang kita pikirkan sekaku tentang apa yang akan dilakukan dan bagaimana hasilnya, maka hidup kita tidak akan pernah tenang “

(Ustad Adi Hidayat)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Pertama dan yang paling utama, untuk kedua orang tua saya, Mamah dan Papah serta Adik kandung saya yang selalu memberikan doa yang sangat kuat sehingga saya bisa dengan lancar menyelesaikan skripsi ini.

Bapak ibu Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang sudah banyak membantu dan membimbing saya dalam proses pembelajaran.



## 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 MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ARKACOFF.SPACE DALAM MEMBANGUN LOYALITAS KONSUMEN” 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. Prof. Dr. Muchlas, Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran. S. S., M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas, Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S. I.Kom., M.A. Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
5. Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing selaku dosen Pembimbing Ilmu Komunikasi yang selalu memberikan kemudahan serta masukan-masukan positif kepada saya.
6. Owner Arka Coffe and Space yaitu mba Marcella Arka Paramita dan mas Yesaya Dwi Nugraha, yang telah mengizinkan Arka coffe and space untuk dijadikan objek penelitian saya.
7. Headstore Arka Coffe and Space mas Dheya dan Media Sosial Specialist yaitu mas Rafif Dewangga, yang sangat membantu terkait pengumpulan data penelitian saya.
8. Informan yaitu Kirani Anggi, Aziz Bahaduri dan Terra Prafitra Gani Saputri, sudah membantu saya dan berkenan dijadikan informan penelitian saya.

9. Kepada pintu surgaku, yaitu Arny Agus Tiyani. Mamah terimakasih banyak atas segala perjuangannya atas segala jerih payah dan air matanya sampai saat ini. Terimakasih atas segala doa yang selalu menjadi penguat dan terimakasih atas suport nasihat yang tiada hentinya. Terimakasih sudah menjadi mamah yang luar biasa tangguh dan menjadi malaikat dikehidupanku.
10. Kepada super heroku, yaitu Joni Agus Sutrisno. Papah terimakasih atas segala perjuangan dan sabarnya sampai saat ini. Terimakasih atas doa-doa yang saling menguatkan dan terimakasih atas nasihat serta suport yang tiada hentinya sampai saat ini. Terimakasih sudah menjadi Papah yang paling hebat didunia.
11. Kepada adikku satu-satunya, Anindya Aulia Agus Ardani terimakasih atas doa hebatnya,
12. Kepada pemilik tiga angka terakhir dari NIM 057, terimakasih karena sudah saling menguatkan dan saling menjadi suport system yang baik. Apapun yang terjadi nanti, terimakasih sudah hadir di kehidupanku.
13. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi dan teman-teman Kos Ijo, terimakasih atas suportnya. *See u on top gengs!*
14. Terimakasih atas diri saya sendiri, *you're amazing diva*. Terimakasih atas segala perjuangan tangis, tawa, sedih, pahit, perih, dan bahagianya. Terimakasih sudah berjuang sejauh ini, terimakasih sudah menjadi anak sulung yang hebat dan mandiri semoga apa yang kita usahakan kelak menjadi bahagia untuk diri sendiri dan orang lain.

Yogyakarta, 3 Juni 2024



**Azalia Zahra Agus Ardiva**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	8
1. Penelitian Terdahulu .....	8
2. Kerangka Teori.....	11
F. Kerangka pemikiran .....	34
G. Metode Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Tempat dan Waktu .....	35
3. Teknik pengumpulan data.....	36
4. Teknik analisis data .....	38
5. Teknik Validasi Data.....	39
<b>BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG OBJEK PENELITIAN</b> .....	<b>41</b>
A. Logo Arka Coffe And Spac .....	41
B. Sejarah Berdirinya Arka Coffe and Space.....	42
C. Tagline dari Arka Coffe and Space .....	42
D. Visi dan Misi Arka Coffe and Space .....	43

E. Struktur organisasi Arka Coffe and Space.....	43
F. Tempat produksi Arka Coffe and Space.....	44
G. Profil <i>Instagram</i> Arka Coffe and Space .....	48
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50
B. Pembahasan.....	67
1. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Segi <i>Context</i> .....	67
2. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Segi <i>Communication</i> .....	70
3. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Segi <i>Collaboration</i> .....	73
4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Segi <i>Connection</i> .....	75
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>78</b>
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Tabel Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1 2 Data Pengguna Instagram di Indonesia Napoleon Cat .....	4
Gambar 1 3 Akun Media Sosial Insstagram @arkacoffe.space.....	5
Gambar 2. 1 Logo Arka Coffe and Space.....	41
Gambar 2. 2 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	44
Gambar 2. 3 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	44
Gambar 2. 4 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	45
Gambar 2. 5 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	45
Gambar 2. 6 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	46
Gambar 2. 7 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	46
Gambar 2. 8 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	47
Gambar 2. 9 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	47
Gambar 2. 10 Foto Tempat Arka Coffe and Space .....	48
Gambar 2. 11 Profil Media Sosial Instagram @arkacoffe.space .....	48
Gambar 3. 1 Konten Reels instagram @arkacoffe.space .....	52
Gambar 3. 2 Konten Reels instagram @arkacoffe.spac .....	53
Gambar 3. 3 Konten Feeds instagram @arkacoffe.space .....	53
Gambar 3. 5 nstagram story berupa ambience .....	55
Gambar 3. 6 nstagram story berupa jam buka.....	55
Gambar 3. 7 Screenshot instagram story Arka Coffe and Space .....	56
Gambar 3. 8 Caption dari feeds @arkacoffe.space .....	58
Gambar 3. 9 Komentar akun @arkacoffe.space.....	58
Gambar 3. 10 Screenshot Direct Massage akun instagram @arkacoffe.space .....	59
Gambar 3. 11 Screenshot Direct Massage akun instagram @arkacoffe.space .....	60
Gambar 3. 12 Screenshot Direct Massage akun instagram @arkacoffe.space .....	60
Gambar 3. 13 Bio akun instagram @arkacoffe.space .....	62

Gambar 3. 14 Postingan kolaborasi @arkacoffe.space dengan @bawabuku .....	62
Gambar 3. 15 Postingan kolaborasi @arkacoffe.space dengan @panelhousetatto .....	63
Gambar 3. 16 Postingan kolaborasi @arkacoffe.space dengan @opcion.studio .....	63
Gambar 3. 17 Konten penawaran diskon akun intagram @arkacoffe.space.....	65
Gambar 3. 18 Instagram story @arkacoffe.space berupa penawaran diskon.....	65
Gambar 3. 19 Instagram story @arkacoffe.space berupa penawaran diskon.....	66

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi *internet* menjadi tanda kemajuan dari era *modern*. Kemudahan dalam mengakses segala sesuatu melalui *smartphone* serta beragam media sosial yang memudahkan untuk berkomunikasi termasuk salah satu contoh dari perkembangan teknologi saat ini. Melalui internet ini juga memudahkan kita untuk mengakses media sosial yang banyak memberikan informasi. Selain memberikan informasi media sosial kini sudah merambah ke dunia bisnis atau promosi, dengan mengakses media sosial ini semua orang bisa melihat produk yang diinginkan. Salah satu contoh media sosialnya adalah *Instagram*, *instagram* memberi banyak informasi dan segala macam bentuk promosi. Akun media sosial *instagram @arkacoffe.space* merupakan salah satu *coffeshop* yang memanfaatkan *instagram* dalam hal mempromosikan produk untuk membangun loyalitas konsumen. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana *@arkacoffe.space* dalam memanfaatkan *instagram* dalam membangun loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini dikaji melalui Teori 4C oleh Chris Heuer yaitu Context, communication, Collaboration dan Connection. Dengan rumusan masalah yaitu bagaimana Arka Coffe and Space dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* dalam membangun loyalitas konsumen.

Hasil dari penelitian ini yaitu dari segi Context, melalui bentuk isi dari konten yang diposting di *instagram @arkacoffe.space* dinilai dapat membangun loyalitas karena bentuk dan isinya mengandung informasi yang mudah dimengerti followers. Segi Communication, akun media sosial *instagram @arkacoffe.space* mampu menyampaikan informasi melalui fitur *instagram* yang interaktif dengan pengikutnya yaitu melalui *caption*, komentar dan *direct message* sehingga dapat membangun loyalitas konsumen. Colaboration, hal ini dinilai membangun loyalitas konsumen karena konsumen tidak hanya mendapatkan pengalaman dalam minuman dan makanannya saja tetapi juga dapat menikmati adanya kolaborator di Arka Coffe and Space. Melalui itu konsumen memiliki rasa ingin berkunjung kembali ke Arka Coffe and Space. Segi Connection akun media sosial *instagram @arkacoffe.space* dinilai cukup membangun loyalitas konsumen melalui postingan *instagram* yaitu penawaran diskon, melalui penawaran diskon tersebut mampu mendorong keinginan konsumen yang cukup impulsif untuk membeli produk yang ia sukai dengan harga yang lebih terjangkau.

Kata kunci: Media sosial, *Instagram*, Loyalitas, Konsumen.

## ***ABSTRACT***

Development of internet technology signifies the progress of the modern era. The ease of accessing everything through smartphones and various social media platforms facilitating communication are examples of current technological advancements. The internet also facilitates access to social media, which provides abundant information. Besides providing information, social media has now penetrated into the business or promotional world. By accessing social media, everyone can view desired products. One example of such a social media platform is Instagram, which provides a lot of information and various forms of promotion. The Instagram account @arkacoffe.space is one coffee shop that utilizes Instagram to promote products and build consumer loyalty. The research problem in this study is how @arkacoffe.space utilizes Instagram to build consumer loyalty.

This research employs qualitative research with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The study is analyzed through Chris Heuer's 4C Theory: Context, Communication, Collaboration, and Connection. The research problem is how Arka Coffe and Space utilize Instagram social media to build consumer loyalty.

The results of this study show that in terms of Context, the content posted on Instagram @arkacoffe.space is considered able to build loyalty because its form and content contain information that is easily understood by followers. In terms of Communication, the Instagram account @arkacoffe.space can convey information through interactive Instagram features with its followers, such as captions, direct messages, and comments, thus building consumer loyalty. Collaboration is considered to build consumer loyalty because consumers not only experience drinks and food but also enjoy collaborations at Arka Coffe and Space. Through this, consumers have a desire to revisit Arka Coffe and Space. In terms of Connection, the Instagram account @arkacoffe.space is considered to sufficiently build consumer loyalty through Instagram posts, such as offering discounts. These discount offers can stimulate the impulsive desire of consumers to purchase products they like at more affordable prices.

Keywords: Social media, Instagram, Loyalty, Consumers.