

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE RIDE AND CO MELALUI
INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI**

SKRIPSI



OLEH :

FADILAH RIZQI MUHAMAD

20043010114

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTASI ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR

2024

LEMBAR PERSETUJUAN


**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE RIDE&CO MELALUI INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI**

Disusun oleh:

Fadilah Rizqi Muhamad
20043010114

Yang telah disetujui mengikuti ujian skripsi

Menyetujui
PEMBIMBING


Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun
NIP. 198403242024212021

Mengetahui

DEKAN FISIP


Dr. Gatur Suratnoaji, M.Si
196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE RIDE&CO MELALUI INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI

Disusun oleh:
Fadilah Rizqi Muhamad
20043010114

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 6 Desember 2024

PEMBIMBING

Syifa Svarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun

NIP. 198403242024212021

Tim Penguji

1. **Ketua**

Dra. Dyva Clara, M.Si.

NIP. 196601072021212001

2. **Tim Penguji**

Sekretaris

2.

Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 197006122021211002

Tim Penguji

3. **Anggota**

Syifa Svarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun

NIP. 197006122021211002



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Nama : Fadilah Rizqi Muhamad

NPM 20043010114

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Ride&Co Melalui Instagram
Dalam Meningkatkan Minat Beli

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diajukan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 17 Mei 2024


METERAI
TEMPEL
73DAKX491014392
Fadilah Rizqi Muhamad

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran *Cafe Ride&Co* Melalui Instagram dalam Meningkatkan Minat Beli**

Pelaksanaan penyusunan skripsi ini telah dilalui penulis dengan mendapat bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan. Selesaiannya penelitian hingga penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, di antaranya:

1. Universitas Pembangunan Negara Veteran Jawa Timur yang telah memberikan sarana dan prasarana selama perkuliahan pendidikan sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian hingga akhir dan dapat menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Dr. Syafrida N. F, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Oktifani Winarti, S.I.Kom, M.A dan ibu Syifa Syarifah Alamiyah, S.Sos., M.Commun selaku dosen pembimbing skripsi utama dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan bimbingan dalam melakukan penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
6. Kepada teman-teman penulis Nico, Capo, Ridho, Hikmal, Sandi, Laras, Amel dan Wifa, yang sudah menjadi teman dekat penulis serta masih banyak lainnya yang selalu ada dan memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis.
- 7 Kepada kedua orang tua dan kakak kandung selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis semangat dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada Bapak Walikota beserta Pemerintah Kota Surabaya yang telah memberikan beasiswa kuliah selama 4 tahun sehingga dapat menjalankan kuliah dengan tenang dan lancar

Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna sehingga diharapkan pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun guna menyampaikan harapan akan penelitian ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu pengetahuan dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 26 Mei 2024

Penulis

Fadilah Rizqi Muhamad

Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Ride&Co Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Minat Beli

Fadilah Rizqi Muhamad

ABSTRAK

Dengan semakin banyaknya trend Coffeeshop yang sedang berkembang di Indonesia, tentu meningkatkan juga persaingan antar pebisnis coffeeshop. Para pebisnis coffeeshop harus memiliki rancangan atau rencana untuk pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pemasaran produk. Café Ride&Co merupakan salah satu coffeeshop yang menyediakan beberapa macam kopi yang dinikmati masyarakat luas. Sekarang dengan banyaknya pesaing coffeeshop yang sudah melebar luas, oleh karena itu Café Ride&Co telah menerapkan beberapa strategi dalam menginformasikan atau memasarkan produk kepada masyarakat yang lebih luas melalui media instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran café Ride&Co melalui instagram dalam meningkatkan minat beli. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan mengumpulkan data wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menggunakan teori IMC (Interegrated Marketing Communication) yang terdapat beberapa konsep di dalamnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Secara Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	17

2.2.1	Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.3	IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	23
2.2.4	Media Sosial.....	30
2.2.5	Minat Beli (Sudah ditambahkan teori minat beli).....	33
2.2.6	Instagram.....	35
2.2.7	<i>Coffeeshop</i>	39
2.3	Kerangka Berpikir	40
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Pendekatan Penelitian.....	43
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	44
3.3	Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1	Wawancara.....	46
3.3.2	Dokumentasi	46
3.4	Teknik Analisis Data	46
3.5	Definisi Konseptual.....	48
3.5.1	Strategi Komunikasi Pemasaran	48
3.5.2	IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	48
3.5.3	<i>Social Media Marketing</i>	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1	Profil Ride&Co	52
4.1.2	Identitas Informan	53
4.2	Penyajian dan Analisis Data.....	57
4.2.1	Konsep IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA		108

LAMPIRAN..... 114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4. 1 Logo Cafe Ride&Co	52
Gambar 4. 2 Direct Marketing melalui instagram @rideandco.id.....	60
Gambar 4. 3 Unggahan postingan dan story promo melalui Instagram (sales promotion).....	64
Gambar 4. 4 Penunjukan promo Instagram Marketing (Sales Promotion).....	66
Gambar 4. 5 Bentuk kerja sama Ride&Co dan Ayam Asyap.....	71
Gambar 4. 6 Pemberian informasi kepada konsumen secara langsung (Personal Selling).....	76
Gambar 4. 7 Peningkatan views reels melalui instagram ads (Advertising).....	80
Gambar 4. 8 Unggahan reels yang tidak menggunakan instagram ads.....	83
Gambar 4. 9 Ulasan melalui postingan dan story konsumen	86
Gambar 4. 10 Ride&Co mengikuti event motion Vespa Satya Jemursari.....	93
Gambar 4. 11Proses komunikasi yang terjalin melalui unggahan story konsumen dan Ride&Co	97
Gambar 4. 12 Story pertanyaan kepada konsumen melalui instagram	99
Gambar 4. 13 Strategi dalam penyampain informasi harga melalui instagram	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Target Informan.....	45