

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* KOPI KAMU
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Rachel Jennifer

0000044398

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* KOPI KAMU
DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT***



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Rachel Jennifer

0000044398

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rachel Jennifer

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044398

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING KOPI KAMU DALAM MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Rachel Jennifer)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
Strategi Social Media Marketing Kopi Kamu dalam Meningkatkan Customer
Engagement

Oleh

Nama : Rachel Jennifer
NIM : 00000044398
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

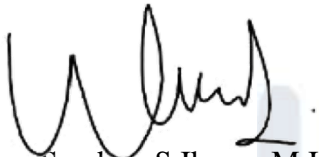
Telah diujikan pada hari Jumat, 6 Desember 2024

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



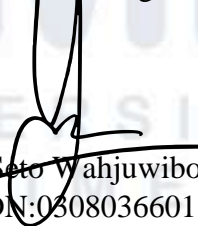
Mujiono Sandim, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN:0315108802

Penguji



Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN:0320109004

Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si
NIDN:0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN:0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul
Strategi Social Media Marketing Kopi Kamu dalam Meningkatkan Customer
Engagement

Oleh

Nama : Rachel Jennifer
NIM : 00000044398
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 November 2024

Pembimbing



Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si
NIDN:0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN:0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachel Jennifer
NIM : 00000044398
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Strategi Social Media Marketing Kopi Kamu dalam Meningkatkan Customer Engagement

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 25 November 2024



(Rachel Jennifer)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas Berkah, Rahmat, serta Karunia yang telah Tuhan berikan. Atas berkat dari Tuhan yang Maha Esa, peneliti dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Social Media Marketing Kopi Kamu dalam Meningkatkan Customer Engagement” dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Penelitian skripsi ini dibuat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penelitian ini tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dari banyak pihak. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah bersedia memberikan dukungan dan bantuan dengan menyetujui skripsi yang telah peneliti susun bersama dengan dosen pembimbing.
4. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Keluarga terutama mami dan tante peneliti yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar tanpa adanya kendala.
6. Gabriel J.P dan Sari Ramadanty yang telah bersedia menjadi narasumber dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan peneliti yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi serta mengingatkan peneliti untuk mengumpulkan skripsi tepat waktu: Cyntia Kurniawan, Jennifer Anderson, dan Vania F. Winata.
8. Support system peneliti yang selalu menemani peneliti setiap waktu selama menyelesaikan skripsi, anabul terkasih saya Mochi dan Loly.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, yang selalu memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.

Peneliti menyadari dalam penulisan skripsi ini masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki. Maka dari itu, peneliti selalu terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Peneliti berharap penelitian skripsi ini dapat memberikan manfaat sebagai sumber dan referensi bagi pembaca. Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terima kasih.

Tangerang, 25 November 2024



(Rachel Jennifer)

STRATEGI *SOCIAL MEDIA MARKETING* KOPI KAMU DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*

(Rachel Jennifer)

ABSTRAK

Maraknya tren minum kopi dikalangan masyarakat Indonesia, menjadikan pertumbuhan bisnis *coffee shop* di Indonesia meningkat. Didukung dengan budaya minum kopi pada masyarakat Indonesia juga menjadi alasan bisnis *coffee shop* menjadi salah satu peluang dalam menjalankan bisnis. Namun, dengan menjamurnya bisnis *coffee shop* di Indonesia, menciptakan persaingan ketat dalam dunia bisnis *F&B*, sehingga bisnis *coffee shop* memerlukan konsep yang unik untuk lebih dikenal oleh calon pembeli. Salah satu *coffee shop* dengan konsep unik yang menjunjung tinggi inklusivitas yaitu Kopi Kamu. Kopi Kamu merupakan *coffee shop* dengan konsep inklusif dengan mempekerjakan anak dengan *down syndrome* sebagai barista dan pelayan. Dalam memasarkan produknya agar dikenal oleh masyarakat, Kopi Kamu memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Social Media Marketing* Kopi Kamu dalam Meningkatkan *Customer Engagement*. Penelitian ini menggunakan konsep *Social Media Marketing* dan *Customer Engagement*. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivisme dan model Studi Kasus dari Robert K. Yin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kopi Kamu berhasil dalam meningkatkan *customer engagement* melalui konten-konten yang diunggah di *Instagram*. Namun, dalam pembuatan konten yang diunggah, Kopi Kamu tidak memiliki perencanaan yang baik, konten yang diunggah dibuat secara spontanitas dan tidak terencana, tidak memiliki *storyline* dan naskah. Kopi Kamu memanfaatkan *Instagram Ads* untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta aktif dalam melakukan interaksi dengan audiens di *Instagram*.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, *Customer Engagement*, Kopi Kamu, *Instagram*.

KOPI KAMU'S SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY FOR INCREASING CUSTOMER ENGAGEMENT

(Rachel Jennifer)

ABSTRACT

The rise of the trend of drinking coffee among the Indonesian people has increased the growth of the coffee shop business in Indonesia. Supported by the culture of drinking coffee in the Indonesian People is also the reason why the coffee shop business is one of the opportunities in running a business. However, with the mushrooming of the coffee shop business in Indonesia, it creates fierce competition in the world of F&B business, so the coffee shop business requires a unique concept to be better known by potential buyers. One of the coffee shops with a unique concept that upholds inclusivity is Kopi Kamu. Kopi Kamu is a coffee shop with an inclusive concept by employing children with down syndrome as baristas and waitresses. In marketing its products to be known by the public, Kopi Kamu uses Instagram social media as a marketing medium. This research aims to find out Kopi Kamu's Social Media Marketing Strategy for Increasing Customer Engagement. This research uses the concepts of Social Media Marketing and Customer Engagement. By using a qualitative approach with a post-positivism paradigm and a Case Study model from Robert K. Yin. The results of this study show that Kopi Kamu is successful in increasing customer engagement. Through content uploaded on Instagram. However, in the creation of uploaded content, Kopi Kamu does not have good planning, the uploaded content is created spontaneously and unplanned, does not have a storyline and script. Kopi Kamu uses Instagram Ads to reach wider audience and is active in interacting with the audience on Instagram.

Keywords: *Social Media Marketing, Customer Engagement, Kopi Kamu, Instagram.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Konsep	22
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	22
2.2.2 <i>Social Media Marketing</i>	23
2.2.3 <i>Customer Engagement</i>	27
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30

3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
3.3 Metode Penelitian.....	32
3.4 Key Informan dan Informan	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Keabsahan Data.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Objek Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.2 Profil Informan.....	41
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 <i>Social Media Marketing</i> Kopi Kamu	42
4.2.2 <i>Customer Engagement</i>	51
4.2.3 <i>Down Syndrome</i>	53
4.3 Pembahasan.....	54
4.3.1 <i>Social Media Marketing</i>	54
4.3.2 <i>Customer Engagement</i>	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Akademis	67
5.2.2 Saran Praktis	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.2.1 SWOT Opini Peneliti	43



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram @kopikamu_official.....	8
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	29
Gambar 4.1 Logo Kopi Kamu.....	38
Gambar 4.2 Konten Feeds Instagram Kopi Kamu.....	40
Gambar 4.3 Instagram feeds kopi kamu	47
Gambar 4.3.1 Konten Instagram Kopi Kamu	59
Gambar 4.3.2 konten reels instagram Kopi Kamu.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Turnitin.....	72
Lampiran B Pertanyaan Guidelines Wawancara.....	73
Lampiran C Transkrip Wawancara	75



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA