

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO
BEERSAMA 35 MELALUI INSTAGRAM DALAM
MEMPROMOSIKAN CRAFT BEER**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

PANDU CAHYO WICAKSONO

180906630

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO BEERSAMA 35
MELALUI INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSI CRAFT BEER**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

PANDU CAHYO WICAKSONO

NPM : 180906630 / KOM

disetujui oleh :



Josep Joedhi Darmawan, M.A

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO BEERSAMA 35 MELALUI INSTAGRAM DALAM MEMPROMOSIKAN CRAFT BEER.

Penyusun : Pandu Cahyo Wicaksono

NPM : 180906630

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 2 Maret 2023

Pukul : 11.00

Tempat : Ruang Penadaran 2 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. Bonaventura Satya Bharata, M.Si

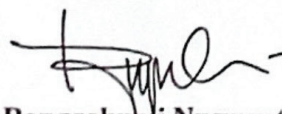
Penguji Utama

Josep Joedhi Darmawan, M.A

Penguji I

Caecilia Santi Praharsiwi S.I.Kom., M.A.

Penguji II



Ranggabundi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Pandu Cahyo Wicaksono
NPM : 180906630
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN
TOKO BEERSAMA 35 MELALUI INSTAGRAM DALAM
MEMPROMOSIKAN CRAFT BEER

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 1 Februari 2023

Saya yang menyatakan



Pandu Cahyo Wicaksono

PANDU CAHYO WICAKSONO

No. Mhs : 180906630

**Aktivitas Komunikasi Pemasaran Toko Beersama 35 Melalui Instagram
dalam Mempromosikan Craft Beer**

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan sarana penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung dan tidak langsung tentang produk dan jasa yang mereka miliki. Bentuk komunikasi pemasarannya adalah promosi. Toko Beersama 35 sebagai bar yang menjual craft beer melakukan promosi melalui Instagram. Sebuah promosi akan dikatakan berhasil apabila konsumen mulai sadar, mengetahui dan dapat membeli produk tersebut. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana Aktivitas Komunikasi Pemasaran Toko Beersama 35 Melalui Instagram dalam Mempromosikan Craft Beer.

Teori yang digunakan yaitu komunikasi pemasaran untuk membantu peneliti melihat aktivitas komunikasi pemasaran yang digunakan Toko Beersama 35 dengan memanfaatkan platform media sosial Instagram untuk mempromosikan craft beer. Metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif dimana peneliti mendeskripsikan data primer yang berasal dari wawancara dan data sekunder guna memberikan gambaran yang mendukung penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, Toko Beersama 35 melakukan seluruh bauran promosi kecuali personal selling. Mengingat objek yang dijadikan penelitian yaitu Instagram Toko Beersama 35. Personal selling dinilai lebih efektif apabila dilakukan dengan cara tatap muka. Pemanfaatan media sosial sebagai media aktivitas komunikasi pemasaran memunculkan awareness (kesadaran), interest (ketertarikan) dan purchase (pembelian).

Kata Kunci : Komunikasi pemasaran, promosi, *craft beer*, Toko Beersama 35.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Proses menyusun skripsi ini, peneliti bertemu dengan banyak sekali orang baik dari berbagai pihak. Hal yang tidak mudah dalam penyelesaian skripsi, sehingga saya berada pada hari ini tepat skripsi selesai. Seluruh keluh, kesah, tawa dan bahagia terbayar, karena kata teman - teman saya “Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”. Banyak uluran tangan yang secara tidak langsung ikut andil dalam penyelesaian tugas akhir ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan saya kesempatan dan anugerah sehingga hingga saat ini bisa menyelesaikan skripsi
2. Apresiasi untuk diri saya sendiri, Pandu Cahyo Wicaksono. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini dan menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih sudah membagi waktu dalam penyelesaian tugas akhir ini.
3. Bapak, Mama, Dea, Mas Willem dan juga Shania. Terimakasih atas dukungan penuh yang diberikan kepada penulis. Sangat banyak dukungan yang tentunya tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih atas sindiran “Skripsinya selesai kapan? Mama sama Bapak biar ga bayar kuliah lagi” yang membuat penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
4. Bapak Joseph Joedhi Darmawan, M.A, terima kasih banyak untuk selalu sabar menghadapi setiap pertanyaan dari saya selaku penulis. Terimakasih telah menyekelakan waktu untuk bertemu dengan saya dan teman-teman untuk bimbingan skripsi. Sehat selalu untuk Pak Jo dan Tuhan selalu memberkati !
5. Christoper Allen dan Aiko Kurnia, terimakasih telah bersedia untuk saya jadikan subjek wawancara sehingga membantu tugas akhir saya terselesaikan. Sehat selalu !
6. Allen, Icus, Anthony, Nuse, Almo dan tim Beertiga Creative. Terimakasih atas dorongan dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih juga telah mengizinkan penulis untuk

menyambi kerja dan juga menyelesaikan tugas akhir. Jaya selalu dimanapun kalian berada!

7. Nadya, Alvin, Yudha, dan Ian. Terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dalam mengerjakan tugas akhir ini. Terimakasih sudah memberikan pengetahuan - pengetahuan tentang tugas akhir, sehingga tugas akhir saya bisa terselesaikan dengan baik. Ayo ayo diselesaikan! Biar bisa Fly Higher!
8. Salvian Dimas alias Dimdut, terimakasih telah menjadi pendengar untuk penulis dalam berkeluh kesah tentang pekerjaan dan skripsi. Ayo dim diselesaikan kuliahnya! Masih banyak yang harus kita kejar !



Yogyakarta, 1 Februari 2023

Penyusun

Pandu Cahyo Wicaksono

KATA PENGANTAR

Terima kasih banyak kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan saya berkat berlimpah sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Aktivitas Komunikasi Pemasaran Toko Beersama 35 Melalui Instagram dalam Mempromosikan Craft Beer”**

Proses menyusun skripsi ini, peneliti bertemu dengan banyak sekali orang baik dari berbagai pihak, Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Joseph Joedhi Darmawan, M.A selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini. Beliau telah mengorbankan waktu untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih kepada keluarga yang saya cintai sudah mendukung saya dalam masa pendidikan ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan juga saran yang membangun agar penelitian ini dapat menjadi lebih baik lagi. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan layak bagi siapapun yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 1 Februari 2023

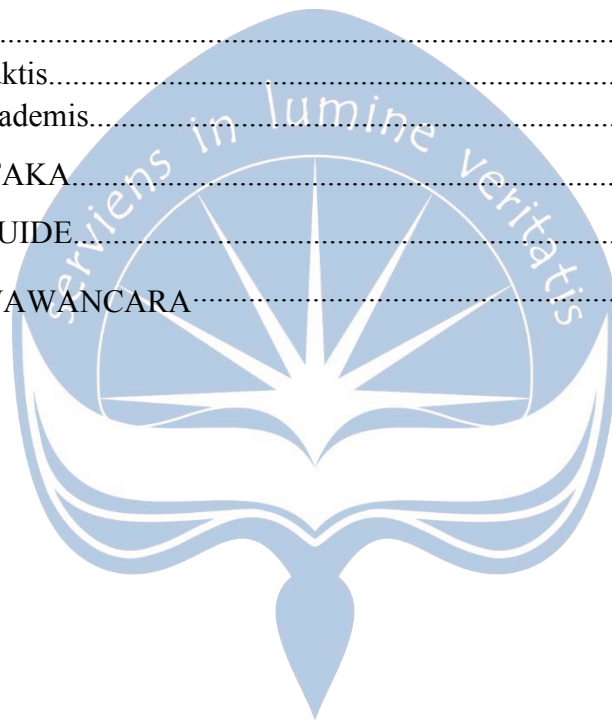
Penyusun

Pandu Cahyo Wicaksono

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR BAGAN.....	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Rumusan Masalah.....	8
B. Tujuan Penelitian.....	8
C. Manfaat Penelitian.....	8
D. Kerangka Teori.....	9
E. Kerangka Berpikir.....	15
F. Metodologi.....	17
BAB II.....	24
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	24
A. Profil Toko Beersama 35.....	24
B. Struktur Jabatan Toko Beersama 35.....	26
C. Visi dan Misi.....	26
D. Alamat Toko Beersama 35.....	27
E. Logo.....	27
F. Gambaran umum akun @tokobeersama.....	27
G. Produk Toko Beersama 35.....	28
H. Deskripsi Narasumber.....	32
BAB III.....	33
HASIL TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	33

A. Hasil Temuan Data.....	33
1. Aktivitas Promosi Craft Beer melalui Instagram.....	33
2. Penggunaan instagram sebagai media komunikasi pemasaran.....	41
B. Pembahasan.....	50
1. Bauran Promosi.....	50
B. Aktivitas promosi Craft Beer melalui instagram menggunakan teori 4C oleh Chris Heuer.....	56
BAB IV.....	60
KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	62
1. Saran Praktis.....	62
2. Saran Akademis.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
INTERVIEW GUIDE.....	66
TRANSKRIP WAWANCARA.....	68



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Grafik Penggunaan Media Sosial	1
GAMBAR 2 Profil Instagram Toko Beersama (@tokobeersama)	3
GAMBAR 3 Konten Edukasi Perbedaan beer dan craft beer	4
GAMBAR 4 Craft Beer yang dijual di Toko Beersama 35	5
GAMBAR 5 Dua Pengalaman Berbeda yang ada dalam Satu Bangunan	24
GAMBAR 6 Logo Toko Beersama	27
GAMBAR 7 Konten Instagram Pengenalan Produk	34
GAMBAR 8 Konten Tematik	34
GAMBAR 9 <i>Sales Promotion</i>	36
GAMBAR 10 Konten Promosi Event yang Melibatkan Publik	37
GAMBAR 11 Daftar Menu Berdimsum Ria	40
GAMBAR 12 Konten Promosi Berdimsum Ria	41
GAMBAR 13 Konten Edukasi	44
GAMBAR 14 Konten Interaktif dalam Memanfaatkan Fitur Instagram	45
GAMBAR 15 Jagoan Kandang Beer “Beersama 35”	47

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Daftar Produk Toko Beersama 35.....28



DAFTAR BAGAN

BAGAN 1 Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
BAGAN 2 Kerangka Konsep.....	Error! Bookmark not defined.
BAGAN 3 Struktur Organisasi Toko Beersama 35...	Error! Bookmark not defined.

