

**INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PROMOSI CAFE WARUNG STASIUN DI  
BANJARNEGARA DALAM PEMBENTUKAN BRAND AWARENESS TAHUN 2017**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

**Fikry Dwi Nugroho**

**20130530035**

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fikry Dwi Nugroho

No. Mahasiswa : 201305300035

Jurusan/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Advertising

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

(Fikry Dwi Nugroho)

## **KATA PENGANTAR**

Bismillahirrahmannirahim

Alhamdulillahirabbilalamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Alloh SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc dan mas Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom selaku dosen penguji I dan dosen penguji II yang memberi masukan – masukan yang positif untuk peneliti memperkaya isi dari hasil penelitian.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Mas Muhammad Arifin selaku *Owner* Cafe Warung Stasiun Banjarnegara yang sudah memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
8. Orang tua tercinta yang telah memberi dukungan serta memberikan kasih sayangnya selama ini. Terimakasih atas cinta yang tiada henti.
9. Untuk sodara-sodara saya yang selama ini telah memberikan support kepada saya selama proses perkuliahan.
10. Untuk sahabat sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mensupport dan menyemangati saya.

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua yang selalu berdoa dan sabar dalam mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi.
2. Sahabat-sahabat saya Arma Rachmadika Utama, Orba Rahayu Eksa Priyangi, Indah Maya Cornellya, dan Odi Susanto yang selalu memberi semangat dan dukungan.
3. Teman – teman seperjuangan yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
4. Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan masa belajar saya.
6. Seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu saya dalam penyelesaian skripsi saya. Terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.
7. Teman-teman Komunikasi angkatan 2013. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini.

# **MOTTO**

**“Kita cuma perlu berusaha dengan apa yang ingin kita capai, terus  
jadi diri sendiri tanpa harus menyakiti”**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>E. Kerangka Teori</b> .....	9
<b>1. Promosi</b> .....	9
<b>2. Promosi Online</b> .....	13
<b>3. Instagram</b> .....	16
<b>4. Brand Awareness</b> .....	19
<b>F. Metode Penelitian</b> .....	21

<b>1. Jenis Penelitian</b> .....	22
<b>2. Lokasi Penelitian</b> .....	23
<b>3. Informan</b> .....	23
<b>4. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	24
<b>5. Teknik Analisis Data</b> .....	25
<b>6. Uji Validitas Data</b> .....	26
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b> .....	28
<b>A. Sejarah Singkat Warung Stasiun</b> .....	28
<b>B. Lokasi</b> .....	29
<b>C. Visi dan Misi</b> .....	30
<b>D. Logo Warung Stasiun</b> .....	31
<b>E. Struktur Organisasi</b> .....	32
<b>F. Segmentasi</b> .....	32
<b>G. Macam-Macam Menu Warung Stasiun</b> .....	32
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	39
<b>A. Sajian Data</b> .....	39
<b>1. Instagram Sebagai Media Promosi Warung Stasiun</b> .....	40
<b>2. Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Brand Awareness</b> .....	47
<b>B. Analisis Data</b> .....	65
<b>1. Instagram Sebagai Media Promosi Warung Stasiun</b> .....	65
<b>2. Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Brand Awareness</b> .....	68
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	77
<b>A. Kesimpulan</b> .....	77

**B. Saran..... 79**

**DAFTAR PUSTAKA..... 80**

**LAMPIRAN.....**