

**STRATEGI PROMOSI LAYANAN GO-FOOD
OLEH GERAJ KUPI KOUVEE
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

FIFALDY ADHAR QUTHNI

20150530039

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 08 Oktober 2019
Tempat : Ruang Nego Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Dr. Suciati, S.Sos, M.Si.

Penguji I



Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si.

Penguji II



Budi Dwi Arifianto, S.Sn. M.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal : 08 Oktober 2019

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

MOTTO

“Tidak ada kata terlambat, karena setiap manusia memiliki waktunya sendiri, dan mengoptimalkan setiap jengkal detiknya adalah urusan setiap darinya.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Special Thanks To:

Yang Maha Oke dan alam semesta yang telah mendukung setiap prosesnya dan segala kemudahan. Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Iwan Mardi Winarso dan Diah Kiapmawati, adik saya Taskya An-nisrina, anak pertama saya Ararauna Kalandra Quthni, dan untuk istri saya Mahanani Yoganindya. Terima kasih atas segala dukungan dan doa yang diberikan hingga saya sampai pada tahap ini. Terima kasih atas jasa-jasanya, kesabaran, serta kasih sayang yang tulus.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shalallahu 'alaihi Wasallam, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : “Strategi Promosi Layanan Go-Food Oleh Gerai Kopi Couvee Melalui Media Sosial Instagram.”

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu serta membimbing dalam proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, adik, anak dan istri, yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.I.P., M.Sc selaku kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, dan bimbingan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Mas Tobon a.k.a Mas Budi Dwi Arifianto. S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji ujian skripsi yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi penulis.

7. Seluruh dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi UMY yang telah banyak berbagi ilmu dan pengalamannya.
8. Seluruh staf dan karyawan di Jurusan Ilmu Komunikasi UMY: Pak Jono, Pak Muryadi, dan Mbak Siti yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan proses administrasi skripsi.
9. Kepada Kezia dan Kevin selaku staff Café Couvee serta kepada seluruh narasumber yang sudah berkenan membantu peneliti.
10. Seluruh teman-teman di Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015, khususnya konsentrasi *Advertising*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, sehingga diharapkan kritik dan saran yang bersifat konstruktif untuk perbaikan menuju kesempurnaan. Semoga skripsi ini dapat berguna dan membantu bagi yang membutuhkan. Aamiin.

Yogyakarta, 29 Agustus 2019

Penulis

Fifaldy Adhar Quthni

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis	8
E. Kajian Teori	9
1. Komunikasi Pemasaran	9
2. Strategi Promosi	10
3. Promosi Online	14
4. Media Sosial Instagram	19
F. Penelitian Terdahulu	23
G. Metodologi Penelitian	25
1. Jenis Penelitian	25
2. Tempat dan Waktu Penelitian	25
3. Jenis dan Sumber Data	26
4. Teknik Pengumpulan Data	26
5. Teknik Pengambilan Informan	27
6. Teknik Analisis Data	28

7. Uji Validitas Data	29
H. Sistematika Penulisan	29
BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Café Couvee	31
1. Visi Misi Café Couvee	32
2. Logo Café Couvee	32
3. Struktur Café Couvee	32
4. Produk Café Couvee	33
B. Go-Food Sebagai Mitra Café Couvee	37
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Sajian Data	39
1. Perencanaan Strategi Promosi	39
2. Pelaksanaan Strategi Promosi	49
3. Evaluasi Strategi Promosi	60
B. Pembahasan	61
1. Analisis Perencanaan Strategi Promosi	61
2. Analisis Pelaksanaan Strategi Promosi	78
3. Analisis Evaluasi Strategi Promosi	84
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laman Akun Instagram @couvee.idn	5
Gambar 1.2 Postingan dalam Akun Instagram @couvee.idn	5
Gambar 2.1 Logo Café Couvee	32
Gambar 2.2 White Crème Brulee	33
Gambar 2.3 Melacca	33
Gambar 2.4 Caramel Macchiato	34
Gambar 2.5 Apple Pie Latte	34
Gambar 2.6 Hazelnut Latte	35
Gambar 2.7 Matcha	35
Gambar 2.8 Black Cookie Latte	36
Gambar 2.9 Chocolate	36
Gambar 2.10 Red Velvet	37
Gambar 2.11 Tampilan Aplikasi Go-Food Café Couvee	38
Gambar 3.1 Caption Instagram Café Couvee	43
Gambar 3.2 Media Sosial Instagram Café Couvee (1)	45
Gambar 3.3 Media Sosial Instagram Café Couvee (2)	46
Gambar 3.4 Postingan di Instagram Café Coufee dengan Tema Natal	52
Gambar 3.5 Postingan di Instagram Café Couvee dengan Tema Tahun Baru	53
Gambar 3.6 Postingan di Instagram Café Couvee dengan Tema Kemerdekaan	54
Gambar 3.7 Postingan di Instagram Café Couvee sebagai Juara <i>Partner</i> Go-Food 2019	55
Gambar 3.8 Postingan di Instagram Café Couvee dengan <i>Driver</i> Go-Food	56
Gambar 3.9 Tampilan Go-Food Café Couvee	57
Gambar 3.10 Postingan Café Couvee di akun @javafoodie	58
Gambar 3.11 Postingan Café Couvee di akun @kulineryogya	59
Gambar 3.12 Postingan Café Couvee di akun @jogjafoodhunter	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Hasil Penjualan dengan Kompetitor.....	6
---	---