

# **Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada Volks Waffle Streatery**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :  
Muhammad Taqiyyudien Al Rasyid  
NIM:  
201910040311434

Dosen Pembimbing :  
Widiya Yutanti, M.A

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
2025**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada  
Volks Waffle Streatery**

Diajukan Oleh :

Muhammad Taqiyudien Al Rasvid  
201910040311434

Telah disetujui  
*Rabu, 1 Oktober 2025*

Pembimbing I



Widiva Yutanti, M.A (Hons)

Wakil Dekan I



Shairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

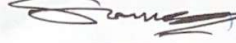


## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Muhammad Taqiyudien Al Rasyid**  
**201910040311434**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 1 Oktober 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Sugeng Winarno, M.A (  )
2. Maharina Novia Zahro, M.I.Kom (  )
3. Widiya Yutanti, M.A (Hons) (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Kholil Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Muhammad Taqiyudien Al Rasyid  
NIM : 201910040311434  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada Volks  
Waffle Streatery

Disetujui,  
Pembimbing

Widiya Yutanti, MA.

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 480 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Taqiyudien Al Rasyid  
NIM : 201910040311434  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

### **Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada Volks Waffle Streatery**

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Agustus 2025

Yang Menyatakan,



Muhammad Taqiyudien Al Rasyid



Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendaungan Sulaem No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tenggimas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhammad Taqiyudien Al Rasyid  
No. Induk Mahasiswa : 201910040311434  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi  
pada Volks Waffle Streatery

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 25 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, MA.



Kampus I  
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 531 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No 198 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 591 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Muhammad Taqiyudien Al Rasyid  
NIM : 201910040311434  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada Semester 13 Tahun Akademik 2025/2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 25 Agustus 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 561 233 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No. 186 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 561 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:  
**Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada  
Volks Waffle Streaterly**

Oleh:

Nama : Muhammad Taqiyjudien Al Rasyid

NIM : 201910040311434

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 25 Agustus 2025

Pembimbing I ~~Promotor~~

**Widiya Yutanti, MA.**

NIP. 10303090396



(\*) Coret yang tidak perlu

Kampus I  
Jl. Sandiuro 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No.188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Muhammad Taqiyuddin Al Rasyid

NIM : 201910040311434

Hasil Plagiasi : 2/9

BAB I	2			
BAB II	6			
BAB III	15			

2/9

BAB IV	3			
BAB V	1			
BAB VI	0			



PROGRAM STUDI Ilmu Komunikasi, 2 September 2021  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



# BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## Berita Acara Seminar Hasil (SEMHAS)



Pada Hari Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 15.00 WIB

Telah Dilaksanakan Seminar Hasil (SEMHAS) oleh :



Nama	Muhammad Taqiyudien Al Rasyid
NIM	201910040311434
Jurusan	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul	Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada Volks Waffle Streatory
Dosen Pembimbing	Widiya Yutanti, MA
Dosen Penguji	Sugeng Winarno, S.sos, MA.

Seminar hasil dilaksanakan secara daring (online) melalui *platform Zoom Meeting*

(<https://us06web.zoom.us/j/82988844089?pwd=vJEiqiHBifjgkiDqyY5BZB1eTZA0X9.1>)

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 serta sejumlah 15 peserta (daftar hadir peserta terlampir). Penyajian Seminar hasil (SEMHAS) dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~ dengan nilai .....

Mengetahui,

Malang, 13 Agustus 2025

Widiya Yutanti, MA  
(Dosen Pembimbing)

Sugeng Winarno, S.sos, MA.  
(Dosen Penguji)

Menyetujui,

Nasrullah, S.Sos., M.Si  
(Ketua program Studi Ilmu Komunikasi)



Kampus I  
Jl. Bawean 1 Malang Jawa Timur  
T. +62 341 501 200 (Hunting)  
F. +62 341 501 430

Kampus II  
Jl. Bendungan Suban No 158 Malang Jawa Timur  
T. +62 341 501 140 (Hunting)  
F. +62 341 501 090

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 750 Malang Jawa Timur  
T. +62 341 404 370 (Hunting)  
F. +62 341 403 430  
E. [webmaster@umm.ac.id](mailto:webmaster@umm.ac.id)

## Lampiran Peserta Seminar Hasil



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lampiran Peserta Seminar Hasil (SEMHAS)

Waktu Presensi	Nama	Institusi	Nim	Status
7/8/2025 15:34	Muhammad Subarkah	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311429	Hadir
7/8/2025 15:34	Hassan Arie Wibowo	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311453	Hadir
7/8/2025 15:34	Nadia Aprilia	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311442	Hadir
7/8/2025 15:35	Yesi Dwi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311405	Hadir
7/8/2025 15:36	Deniar Hilmi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311433	Hadir
7/8/2025 15:37	Alvian Firdaus	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311425	Hadir
7/8/2025 15:38	Riezky Thaufani	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311424	Hadir
7/8/2025 15:39	Choisti Isvinabilah	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311426	Hadir
7/8/2025 15:41	Tiara Kurny Salosa	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311439	Hadir
7/8/2025 15:42	Muhammad Zaky Nurrahman	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311438	Hadir
7/8/2025 15:44	Ahmad Reza	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311430	Hadir
7/8/2025 15:46	Raras Ispriadmi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311436	Hadir
7/8/2025 15:48	Muhammad Kaffi Ichsan	UMM/Ilmu Komunikasi	202110040311418	Hadir
7/8/2025 15:49	Berlian Akbar Putra I	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311450	Hadir
7/8/2025 15:50	Mukti Syam Adi	UMM/Ilmu Komunikasi	201910040311428	Hadir
7/8/2025 15:52	Bambang Mugono	Pengurus Besar Esports Indonesia (PB ESI)		Hadir



Kampus I  
Jl. Raya Jombang 1 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 551 233 (Pusat)  
F: +62 341 551 410

Kampus II  
Jl. Bend. Ngali, Gubuk No. 168 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 551 149 (Pusat)  
F: +62 341 551 693

Kampus III  
Jl. Raya Tumpang No. 168 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 404 378 (Pusat)  
F: +62 341 401 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Berita Acara Bimbingan Skripsi

Nama : Muhammad Taqiyudien Al Rasyid  
NIM : 201910040311434  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Sosial Media Instagram Sebagai Media Promosi pada Volks Waffle Stretery  
Dosen Pembimbing : Widiya Yutanti, MA  
Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
12 September 2022	Kelas Bimbingan Pertama Seminar Proposal	
20 September 2022	ACC Judul Penelitian	
17 Oktober 2022	Konsultasi Bab I, Bab II, dan Bab III	
12 Januari 2023	Seminar Proposal	
18 Januari 2025	Konsultasi Bab I, Bab II, dan Bab III	
17 Maret 2025	ACC Turun Lapangan	
12 April 2025	Konsultasi Bab IV, Bab V, dan Bab V	
18 Mei 2025	Konsultasi Bab IV, Bab V, dan Bab V	
17 Juni 2025	ACC untuk Seminar Hasil	
8 Juli 2025	Seminar Hasil	

Malang, 13 Agustus 2025

Widiya Yutanti, MA.



Kampus I  
Jl. Sekeloa X Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 551 431

Kampus II  
Jl. Bendo, Ngali, Soko, No. 198 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 551 633

Kampus III  
Jl. Raya Tumpang No. 265 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 454 518 (Hunting)  
F: +62 341 451 431  
E: webmaster@umh.ac.id

## ABSTRAK

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi digital, khususnya Instagram yang menawarkan berbagai fitur untuk menjangkau audiens. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi pemasaran Volks Waffle Streatery melalui Instagram dengan mengacu pada model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Volks Waffle Streatery telah memanfaatkan beragam fitur Instagram seperti *feed, reels, stories, caption, hashtag*, serta *repost user-generated content* untuk membangun citra merek dan menarik perhatian audiens. Kolaborasi dengan *influencer* dan pemanfaatan momentum hari besar juga berkontribusi dalam meningkatkan *brand awareness*. Namun demikian, strategi promosi yang dijalankan belum sepenuhnya optimal, karena masih terdapat kelemahan pada tahap *Attention* berupa ketidak konsistenan unggahan, tahap *Interest* dan *Search* yang kurang memaksimalkan fitur interaktif seperti komentar, *polling*, dan Q&A, serta tahap *Action* yang belum didukung *Call to Action* yang konsisten dan jelas meskipun tautan pemesanan melalui *WhatsApp Business* telah disediakan. Dengan demikian, penerapan model AISAS oleh Volks Waffle Streatery belum sepenuhnya optimal, masih perlu diperkuat agar strategi promosi melalui Instagram dapat lebih efektif dalam menjangkau dan melibatkan audiens secara menyeluruh.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Promosi, Media Sosial, Instagram, AISAS.

Menyetujui,



Widiya Yutanti, MA.

Malang, 6 Oktober 2025



Muhammad Taqiyyudien Al Rasyid

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi berjudul *“Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi pada Volks Waffle Streatory”* dapat terselesaikan. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. **Nuchi Choiriyati (Mama) Syarief Hidayatullah (Abah), Muhamamd Imaduddin Amrullah (Adik), dan Muhammad Irsyad Baihaqi (Adik)**, yang telah memberikan dukungan penuh dalam bentuk doa, moril, dan materi, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. **Keluarga Besar Hj. Djedi dan Keluarga Besar Rasyid Hadisiswanto** yang telah memberikan dukungan moril kepada peneliti.
3. **Ibu Widiya Yutanti M.A** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, ilmu, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
4. **Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang** yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
5. **Social Media Manager Volks Waffle Streatory, Rayhan Ahmadi**, yang telah bersedia menjadi subjek penelitian dan memberikan data serta informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
6. **Dewan Pakar Pengurus Besar Esports Indonesia (PB ESI) sekaligus CEO Udari, Bapak Bambang “Bem” Mugono**, selaku mentor peneliti yang telah memberikan semangat, arahan, dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi.
7. Rekan Peneliti di kuliah, yaitu **Ari Wibowo, Zaky Nurrahman, dan Deniar Hilmi, dan Kerang Waring** yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
8. Sahabat Peneliti di Jakarta, yaitu **Najwa Zahira, Rara Azzahra, Rizka Putri, Inez Raina, Nabila Alleynisa, Miftah Jannati, Dhifa Anasty, Eka Widi, Dinara Yasmin, Zakky Zamany, Feyzel Khalfani, Hafizh Ashidiqy, dan Mufti Sadiq** yang telah memberikan dukungan moral kepada peneliti.
9. Tim Hore Peneliti, yaitu **Boys Will Be Boys dan Kerang Waring**, yang telah memberikan dukungan moral serta membagikan gelak tawa kepada peneliti.
10. **Lotso**, sebagai teman dekat peneliti yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, serta menjadi tempat berbagi kebahagiaan dan cerita peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Sahabat dan rekan-rekan peneliti lainnya yang tidak dapat disebutkan oleh peneliti.

Penulis menyadari adanya keterbatasan dalam skripsi ini. Kritik dan saran sangat diharapkan demi penyempurnaan. Semoga karya ini bermanfaat, terutama mengenai pemanfaatan Instagram sebagai media promosi.

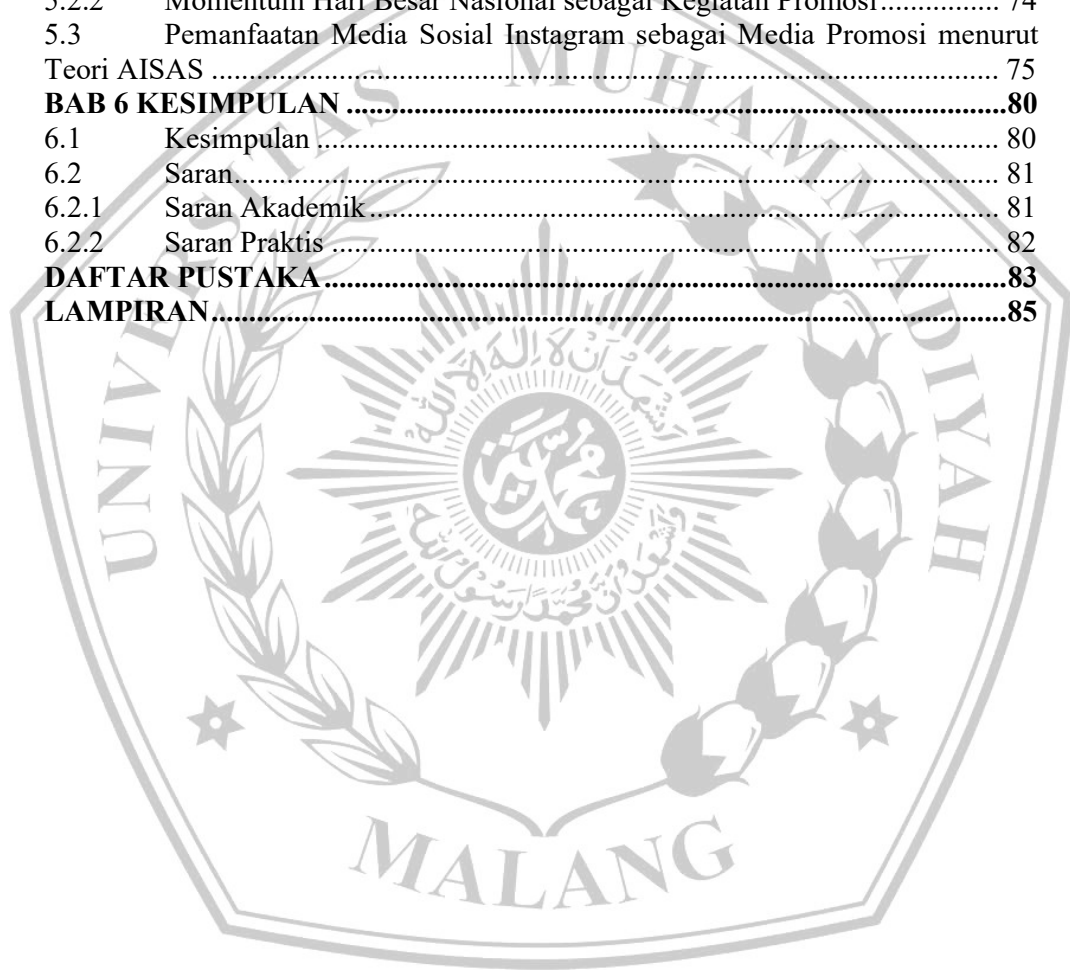
Malang, 2 September 2025

Muhammad Taqiyudien Al Rasyid

## DAFTAR ISI

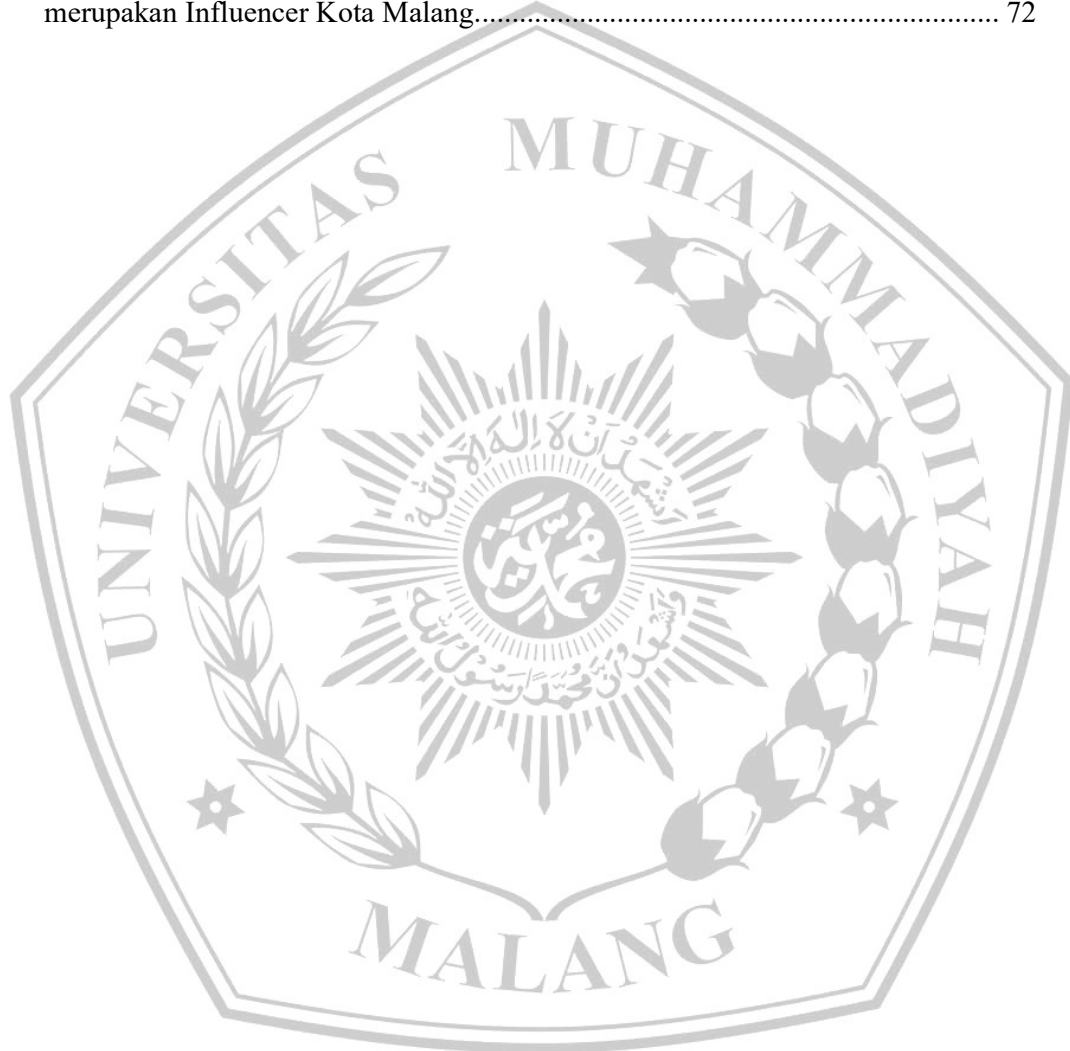
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP UJI.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT KETERANGAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>HASIL CEK PLAGIASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....</b>	<b>ix</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>19</b>
1.1 Latar Belakang .....	19
1.2 Rumusan Masalah .....	27
1.3 Tujuan Penelitian .....	27
1.4 Manfaat Penelitian .....	27
1.4.1 Manfaat Akademis .....	27
1.4.2 Manfaat Praktis .....	28
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>29</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	29
2.2 Promosi .....	33
2.3 Media Sosial sebagai Media Promosi .....	34
2.4 Instagram sebagai Media Promosi .....	35
2.5 Teori AISAS sebagai Alat Promosi .....	38
2.6 Kerangka Berfikir.....	40
2.7 Penelitian Terdahulu .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	47
3.2 Tipe Penelitian .....	48
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	49
3.4 Subyek dan Informan Peneliti.....	49
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.7 Uji Keabsahan Data.....	51
<b>BAB IV DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.2 Visi dan Misi Volks Waffle Streatery .....	54
4.3 Target Pasar Volks Waffle Streatery.....	55
4.4 Produk Volks Waffle Streatery .....	56
4.5 Profil Subjek dan Informan.....	56
<b>BAB 5 HASIL PEMBAHASAN.....</b>	<b>58</b>

5.1	Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Media Promosi Volks Waffle Streatery	58
5.1.1	Pemanfaatan Fitur Instagram Feed dan Instagram Reels	59
5.1.2	Pemanfaatan Fitur <i>Instagram Stories</i>	61
5.1.3	Pemanfaatan Fitur <i>Caption, Hashtag</i> , serta Kolom Komentar pada Instagram	64
5.1.4	Pemanfaatan Fitur Biografi dan <i>Highlight</i> pada Instagram	67
5.1.5	Pemanfaatan Fitur <i>Instagram Ads</i> pada Instagram	68
5.2	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi melalui Kolaborasi dengan <i>Influencer</i> dan Momentum Hari Nasional	71
5.2.1	Kolaborasi dengan <i>Influencer</i> dalam Memperluas Jangkauan Promosi	71
5.2.2	Momentum Hari Besar Nasional sebagai Kegiatan Promosi	74
5.3	Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi menurut Teori AISAS	75
<b>BAB 6 KESIMPULAN</b>		<b>80</b>
6.1	Kesimpulan	80
6.2	Saran	81
6.2.1	Saran Akademik	81
6.2.2	Saran Praktis	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b>		<b>85</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Instagram Kopi Kenangan.....	21
Gambar 2 Statistik Instagram Kopi Kenangan (@kopikenangan.id).....	23
Gambar 3 Olahan Peneliti.....	40
Gambar 4 Volks Waffle Streatery Memanfaatkan Salah Satu Fitur Instagram yaitu repost Instagram Stories (user-generated content).....	63
Gambar 5 Volks Waffle Streatery memanfaatkan Caption dan Hashtag.....	65
Gambar 6 Salah Satu Kolaborasi Volks Waffle Streatery dengan Andaza yang merupakan Influencer Kota Malang.....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 2. Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel 3. Penelitian Terdahulu .....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	85
Lampiran 2 .....	85
Lampiran 3 .....	86
Lampiran 4 .....	86
Lampiran 5 .....	87
Lampiran 6 .....	89



## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. S., Hermawati, Y., Azis, S., Setiawati, R., Khamidah, L., Nugroho, A. D., Zubair, I., & Soepratikno, S. S. (2024). *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik*. PT. Nas Media Indonesia.
- Anggara, R. (2025). *MAMEN (Jurnal Manajemen) Analisis Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi (Studi pada Toko Kue Shirouoshien Palembang)*. 4(2), 198–207. <https://doi.org/10.55123/mamen.v4i2.5123>
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Airlangga University Press.
- Berkowski, G. (2020). *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari Para Pengusaha Aplikasi Paling Sukses di Dunia* (N. Wiyanti, Ed.; Y. Musthofa, Trans.). Gemilang.
- BPS Kota Malang. (2024). *BPS Kota Malang -- Jumlah UMKM Sektor Kulier*. <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTM0IzI=/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-kuliner-menurut-kecamatan-di-kota-malang.html>
- Buddyku. (2022, November 14). *UMKM Go Online, Teten Masduki: untuk Akses Market yang Lebih Luas*. *RCTI Plus*. <https://www.rctiplus.com/news/detail/ekonomi/3101673/umkm-go-online-teten-masduki-untuk-akses-market-yang-lebih-luas?utm>
- Fatihudin, D. (2020). *Metodologi Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akutansi*. Zitama Publishing.
- Febrianto, V. (2022, December 10). *Antara News -- Perekonomian Kota Malang Mulai Pulih Ditopang Sektor UMKM Kuliner*. *Antara News*. <https://www.antarane.ws.com/berita/2634361/perekonomian-kota-malang-mulai-pulih-ditopang-sektor-umkm-kuliner>
- Firmansyah, A. (2020). *Buku Komunikasi Pemasaran*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Heidy J. A. W., G. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk “Kopi Kenangan.”* *SKETSA BISNIS*, 11(1), 24–41. <https://doi.org/10.35891/jsb.v11i1.4550>
- How to Tekno. (2024, August 22). *Kumparan -- 9 Fitur Instagram dan Fungsinya untuk Bisnis dan Branding*. *Kumparan*. <https://kumparan.com/how-to-tekno/9-fitur-instagram-dan-fungsinya-untuk-bisnis-dan-branding-23NLegV0969/4>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Selaras.
- Nafisha Saadah, N., Yusuf, I., & Budiman, A. (2023). *ANALISIS PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN MODEL AISAS PADA PRODUK SEMAKIN PEKA*. 7(2), 2023.
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). *Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1).
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Asmara, W. W., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Amalia Avina, D. A., & Illahi, A. K. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu: Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru*. UB Press.
- Rahma, A. (2017). *Event Sebagai Salah Satu Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fashion Nasional (Event Tahunan Jakcloth)*. *Journal of Communication (Nyimak)*, 1(2), 149–169.

- Ramadan, A. (2021). EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK “RENDANG UNINAM.” *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), 64–84. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.796>
- Ramadhan, F. S., Suryanto, & Nurjanah. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran via Digital dan Media Sosial*. Taman Karya.
- Wahyuni, E. T., & Istikhomah, F. (2024). *Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Jasa Fotografi pada Akun @fearless.creativa*. 16, 234–261.

