

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN MEMBANGUN
BRAND IMAGE (Studi pada @jedacafe.id)**

SKRIPSI

Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

ROBBY SATRIA SIREGAR

202110040311170

Dosen Pembimbing :

Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

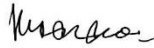
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE
(STUDI PADA JEDA.COFFEE MALANG)**

Diajukan Oleh :

ROBBY SATRIA SIREGAR
202110040311170

Telah disetujui
Senin / 29 Juni 2026

Pembimbing I



Dr. Zen Amirudin, S.Sos, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



Dr. Agus Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

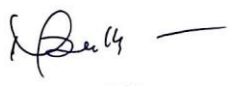
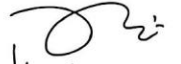
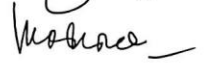
Robby Satria Siregar
202110040311170

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan

L U L U S

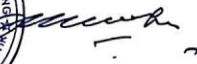
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 24 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Nasrullah, PhD ()
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom ()
3. Dr. Zen Amirudin, S.Sos, M.Med.Kom ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Joko Susilo, M.Si.

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Robby Satria Siregar
NIM : 202110040311170
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 :

Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dan Membangun Brand Image Pada Coffee Shop Di Malang (Studi Pada @Jedacafe.Id).

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 Mei 2026

Yang Menyatakan,

Robby Satria Siregar



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 186 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 587 080

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 KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Robby Satria Siregar
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311170
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dan Membangun Brand Image Pada Coffee Shop Di Malang (Studi Pada @Jedacafe.Id).

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

Malang, 25 Mei 2026
Dosen Pembimbing

Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.



Kampus I
Jl. Bawung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 480 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	SURAT KETERANGAN	
	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2026	
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:	
	NAMA	: Robby Satria Siregar
NIM	: 202110040311170	
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
 Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 10 tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH		
 Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.		
 Malang, 25 Mei 2026 Ketua Program Studi  Novin Farid Styowibowo, M.Si		
	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 581 253 (Hunting) F: +62 341 480 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 149 (Hunting) F: +62 341 582 089
		Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 249 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 PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui
Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dan Membangun Brand Image Pada Coffee Shop Di Malang
(Studi Pada @Jedacafe.Id)

Oleh:

Nama : Robby Satria Siregar

NIM : 202110040311170

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 25 Mei 2026

Pembimbing I/Promotor

Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

NIP. 10305010410



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No.188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 089

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 459 435
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Robby Satria Siregar
NIM : 202110040311170

Hasil Plagiasi : 14/5

BAB I	19			
BAB II	4			
BAB III	13			

BAB IV	3			
BAB V	9			
BAB VI				

Malang, 12 Mei 2026
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Robby Satria Siregar
2. NIM : 202110040311170
3. program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan Membangun Brand Image Pada Coffe Shop di Malang (Studi pada @Jedacafe.id)
6. Pembimbing : Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
24/02/24	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
16/03/24	Pengajuan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan Membangun Brand Image Pada Coffe Shop di Malang (Studi pada @Jedacafe.id)"	
19/07/24	Konsultasi Bab I, II, III	
3/08/25	Seminar Proposal Bab I,II,III	
10/09/25	Acc untuk melakukan produksi	
25/09/25	Konsultasi Bab IV	
8/10/25	Konsultasi Bab V	
31/11/25	Konsultasi Bab V	
1/02/26	Acc untuk Seminar Hasil	
5/02/26	Seminar Hasil	

Malang, 8 Juni 2026

Dosen Pembimbing,

Dr. Zen Amiruddin, S.Sos.,
M.Med.Kom.



Kampus I

Jl. Bundung 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: +62 341 582 063

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 5 Februari 2026

Pukul 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Skripsi oleh:

Nama	Robby Satria Siregar
NIM	202110040311170
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	Audio Visual
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram dan Membangun Brand Image Pada Coffe Shop di Malang (Studi pada @Jedacafe.id)
Dosen Pembimbing	Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.
Dosen Penguji	Nashrullah, PhD

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui platform Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 8 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

Dosen Penguji

Nashrullah, PhD

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styowibowo, S.Sos., M.Si.



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No.188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 562 069

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 219 (Hunting)
F: +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No	Nama Lengkap	NIM	Institut
1	Silvi Olivia	202010040311016	Universitas Muhammadiyah Malang
2	Annisa Dwi Elfiyanti	202110040311206	Universitas Muhammadiyah Malang
3	Frida Sakinah Adrias	202010040311573	Universitas Muhammadiyah Malang
4	Erfina Putri Ramadhani	202110040311397	Universitas Muhammadiyah Malang
5	Murhayati	202110040311387	Universitas Muhammadiyah Malang
6	Erfin Putri Ramadhani	202110040311397	Universitas Muhammadiyah Malang
9	Rafif Gibran Pratama	202110040311193	Universitas Muhammadiyah Malang
10	Irma wahyuni	202110360311174	Universitas Muhammadiyah Malang
11.	Saidan	202110040311167	Universitas Muhammadiyah Malang
12.	Dimas Pratama	202110040311189	Universitas Muhammadiyah Malang
13.	M Hassan Valensia	202210120311113	Universitas Muhammadiyah Malang
14	Jessica Amanda Putri	202110040311209	Universitas Muhammadiyah Malang
15.	Zahda Aulia Efendi	202110040311281	Universitas Muhammadiyah Malang

Malang, 8 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.

Nashrullah, PhD

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styowibowo, 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 Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 454 378 (Hunting)
F: +62 341 450 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Robby Satria Siregar, NIM 202110040311170 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dan Membangun Brand Image Pada Coffee Shop Di Malang (Studi Pada @Jedacafe.Id Di Malang).

Keberadaan kafe telah mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Kafe saat ini tidak hanya untuk tempat hangout, makan, tetapi juga berfungsi menjadi tempat pertemuan, rapat atau bersosialisasi dengan kerabat dan sanak keluarga. Melimpahnya keberadaan café di kota malang membuat sulit untuk menghitung secara pasti berapa café yang berdiri di Kota Malang saat ini. Hampir tiap minggu, bahkan tiap hari, ada grand opening café di Kota Malang, dengan berbagai tema mulai vintage, klasik, hingga industrial. Jedacafe.id merupakan salah satu coffe shop di Kota Malang yang memanfaatkan platform media sosial instagram untuk memperkenalkan dan memasarkan produk kepada kosumen. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran melalui instagram dalam membangun brand image. Penelitian ini menggunakan bauran komunikasi. Serta komponen identitas merek yang diterapkan Jedacafe.id untuk membangun brand imagenya. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif serta informan penelitian menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Jedacafe.id menerapkan periklanan menggunakan influencer, promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan diskon, event, dan public relation dengan mengadakan kegiatan rutin dan bekerjasama dengan kampus, serta pemasaran online menggunakan media sosial instagram.

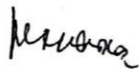
Kata Kunci : Brand Image, Instagram, Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi

Malang, 25 Mei 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Peneliti



Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom.



Robby Satria Siregar

KATA PENGANTAR

Assalamuailkum Warahmatullahi Wabakaratu.

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kesehatan, kelancaran dan kekuatan hingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi ini. Melalui skripsi ini penulis memperoleh banyak pembelajaran, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran yang semakin berkembang. Selama penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa jauh dari kata sempurna dan menyadari tidak akan bisa lancer tanpa adanya bantuan, bimbingan, motivasi, dan dukungan oleh pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Sebagai rasa syukur penulis ingin menyampaikan ucapkn terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt. yang tidak pernah berhenti melimpahkan kasih sayang, rahmat, dan keberkahan-Nya kepada penulis. Berkat pertolongan-Nya, penulis diberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan, serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, Dr.Fauzik Lendriyono, M.Si
4. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si
5. Bapak Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing, terima kasih banyak bapak selama ini sudah sabar mengarahkan, memberikan waktu, tenaga, saran dan masukan kepada penulis agar menjadi lebih baik.
6. Bapak/Ibu dosen penguji yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang tentunya sangat bermanfaat demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis senantiasa mendoakan kesehatan,keberkahan, dan kebahagiaan.
7. Seluruh subjek penelitian dan pihak Jeda Café yang telah bersedia meluangkan waktu serta memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bentuk bantuan dan kerja sama yang diberikan. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal saleh dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Swt. berupa keberkahan, kesehatan, dan kebahagiaan.
8. Kepada ketiga saudara penulis, Farid, Fadhil, dan Fahmi. Terima kasih atas dukungan yang diberikan baik bersifat moril maupun material. Terima kasih

sudah percaya dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita penulis.

9. Terima kasih kepada teman-teman Kelompok Audio Visual 1, 2, dan 3 yang telah menjadi bagian dari perjalanan selama proses praktikum. Terima kasih atas kerja sama, dukungan, kebersamaan, serta berbagai pengalaman berharga yang telah dilalui bersama.
10. Terima kasih kepada Saidan, Dimas, dan Rafif yang telah menjadi teman berbagi cerita, berdiskusi, dan saling mendukung selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran serta semangat yang diberikan telah membantu penulis melewati berbagai tantangan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas segala kebaikan dan kenangan yang telah tercipta selama perjalanan ini.
11. Kepada NIM 202110040311206, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan ketulusan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiranmu telah menjadi sumber semangat dan pengingat bagi penulis untuk terus berusaha menyelesaikan setiap tahapan yang dilalui. Terima kasih atas kesabaran dalam mendengarkan setiap keluh kesah, memberikan motivasi di saat sulit, serta menghadirkan kebahagiaan melalui berbagai momen sederhana yang begitu berarti.
12. Teruntuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah pada keadaan, tetap percaya pada kemampuan diri, serta terus melangkah meskipun proses yang dilalui tidak selalu mudah.

Penulis berharap Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan, kebahagiaan dan rahmatnya kepada semua pihak yang terlibat dalam perjalanan penulis selama ini. Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan sehingga penulis berharap kritik dan saan yang membangun untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Malang, 8 Juni 2026
Penulis

Robby Satria Siregar

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI	viii
BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
Daftar Gambar	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
Manfaat Akademis.....	7
Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.1 Unsur - Unsur Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2 Media Sosial	19
2.4 Strategi Komunikasi	27
2.4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	28
2.5 Brand Image.....	29
2.5.1 Keterkaitan Komunikasi pada <i>Brand Image</i>	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Pendekatan dan Paradigma Penelitian	37

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.4 Subjek Penelitian.....	38
3.4 Sumber Data	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.7 Uji Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek	43
4.1.1 Sejarah Singkat Jeda.Cafe	43
4.1.2 Segementasi Jeda.Cafe	44
4.1.3 Target Market Jeda.Cafe	45
4.1.4 Positioning	45
4.2 Profil Informan Penelitian.....	46
4.3 Penyajian dan Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian.....	47
4.3.1 Komunikasi Pemasaran Jeda.Cafe	47
4.3.2 Penggunaan Instagram dalam Penerapan.....	49
4.3.3 Identitas Merek untuk Membangun Brand Image Jeda Café di Instagram.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan.....	69
6.2 Saran	71
6.2.1 Saran Akademik	71
6.2.2 Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	78

Daftar Gambar

<i>Gambar I. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024 (Sumber : Slice.id)</i>	6
<i>Gambar IV. 1 Logo Jedacafe.id</i>	44
<i>Gambar IV. 2 Konten Iklan bersama Influencer</i>	50
<i>Gambar IV. 3 Konten Iklan bersama Influencer</i>	50
<i>Gambar IV. 4 Konten Iklan bersama Influencer</i>	51
<i>Gambar IV. 5 Sales Promotion</i>	52
<i>Gambar IV. 7 Sales Promotion</i>	53
<i>Gambar IV. 8 Nobar Jeda Café</i>	55
<i>Gambar IV. 10 Sorotan Nobar Jedacafe.id</i>	56
<i>Gambar IV. 11 Bentuk Kerjasama Jedacafe.id</i>	57
<i>Gambar IV. 12 Konten Peringatan</i>	59
<i>Gambar IV. 13 Profil Instagram Jedacafe.id</i>	61
<i>Gambar IV. 14 Feeds Instagram Jedacafe.id</i>	63
<i>Gambar IV. 16 Carousel Instagram Jedacafe.id</i>	63
<i>Gambar IV. 17 Sorotan (Highlight) Instagram Jedacafe.id</i>	63
<i>Gambar IV. 18 Logo Jedacafe.id</i>	66
<i>Gambar IV. 19 Bentuk Logo Jedacafe.id</i>	66
<i>Gambar IV. 20 Elemen Warna</i>	67
<i>Gambar IV. 21 Elemen Bentuk</i>	67

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Amelia, D. T. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dengan Menggunakan Media Sosial Instagram @LOTDUADELAPAN*.
- Banjarnahor, A. R., Purba, B., Sudarso, A., Sahir, S. H., Munthe, R. N., Kato, I., Gandasari, D., Purba, S., Muliana, Ahsoer, M., Tjiptadi, D. D., Simarmata, P. M. H., Belien, R., & Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis.
- BPS Kota Malang. (2025). *Jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Menurut Kecamatan di Kota Malang (Unit)*, 2024. Badan Pusat Statistik Kota Malang. <https://malangkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTM0IzI=/jumlah-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-kuliner-menurut-kecamatan-di-kota-malang.html>
- Digiligo. (2024). *Apa itu Instgaram Stories? Panduan Lengkap Anda untuk Ig Stories*. <https://digiligo.com/blog/ig-stories/>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Qiara Media.
- Flux Academy. (n.d.). *8 Fundamental Elements Of Brand Identity*. Flux Academy. <https://www.flux-academy.com/blog/fundamental-elements-of-brand-identity>
- Hardiyanto, S., & Aida, N. R. (2021). *Mengenal Apa itu Instgaram Reels , Fitur Baru yang Disebut-sebut Mirip Tiktok*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all>
- Hasmawati, F. (2020). *Karakteristik Komunikator yang Efektif dalam Komunikasi*

- Antar Pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 4(2), 69–95.
- Heriyadi. (2018). *Strategi Positioning dalam Persaingan Bisnis (POINTS OF DIFFERENCE DAN POINTS OF PARITY)*. 03(September), 261–271.
- IDwebhost. (2023). *Apa saja elemen penting dari Brand Identity?* IDwebhost.
<https://idwebhost.com/blog/elemen-penting-brand-identity/>
- Irfan, M. (2023). *Terus Bertambah, Begini Sejarah Perkembangan Coffee Shop di Indonesia*. Good News From Indonesia.
- Jatismobile. (2022). *Memahami Advertising – Pengertian, Jenis, dan Fungsinya dalam Bisnis*. <https://jatismobile.com/id/blog/marketing-dan-bisnis/jenis-advertising/>
- Khaidir, K. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Pada PT Sahara Kafila Wisata di Jakarta*.
- Kusmarni, Y. (2014). *STUDI KASUS*. 1–12.
- Laruddin, N. A. S. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran PT MAXX Coffe dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cabang Kota Kendari*.
- Machmud, M. (2016). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*.
- Meech, J. (2024). *7 Cara Kreatif Menggunakan Carousel Instagram*. DashSocial.Com. <https://www.dashsocial.com/blog/influencers-carousel-posts>
- Melni, A. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran @LOPO MANDAILING COFFE Pada Media Sosial Instagram di Kecamatan Panyabungan*. Univesitas Medan Area.
- Nashrullah, M., Fahyuni, E. F., Nurdyansyah, N., & Untari, R. S. (2023). *Metodologi*

- Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). In *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. <https://doi.org/10.21070/2023/978-623-464-071-7>
- Nurhasanah, S. (2022). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Ventela (Studi Kasus Siswa SMK Yadika Jambi)*.
- OCBC NISP. (2023). *Segmentasi Pasar - Jenis, Tujuan, Manfaat dan Contohnya*. <https://www.ocbc.id/id/article/2022/03/11/segmentasi-pasar>
- Pahlevi, M. R., & Swarnawati, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada PT Albis Nusa Wisata di Jakarta. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 294–306. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1322>
- Paul, D., Saerang, E., Otto, L., & Datulong, H. (2022). Pola Baru Komunikasi Pemasaran Properti Pasca Pandemi : Sebuah Studi Kasus Penelitian Kualitatif Pada AKR Land Kawanua Emerald City Manado. *EMBA*, 10(2), 1132–1139.
- Populix. (2023). *Target Pasar: Pengertian, Manfaat, dan Cara Menentukannya*. <https://info.populix.co/articles/target-pasar-adalah/>
- Putri, D., Adawiyah, R., & Arif, M. C. (2021). *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Sampang dalam Meukunkan Penganut Sunni-Syiah*. 15(2), 131–144.
- Rachmawati, Y. D., Sari, N., & Setyono, D. A. (2019). Orientasi Masyarakat Terhadap Pemilihan Kafe di Kota Malang. *Planning for Urban Region and Environment*, 8(April), 67–74.
- Radar Malang. (2025). *Tiga Bulan, 110 Resto dan Kafe Anyar Beroperasi di Malang*.

<https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/815915747/tiga-bulan-110-resto-dan-kafe-anyar-beroperasi-di-malang>

Restream Learn. (2021). Apa itu Instagram Live. *Restream Learn*.

Salim, M. P. (2023). *Feed Instagram Adalah Halaman Profil, Ini Tips Membuat Feed IG Menarik*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5440370/feed-instagram-adalah-halaman-profil-ini-tips-membuat-feed-ig-menarik>

Setiadi, A. (2016). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*. 1.

Slice.id. (2023). *Apa itu Highlights Instagram? Penejelasan Tentang Cara Buat, Edit, dan Hapus*. Slice. Id. <https://www.slice.id/blog/apa-itu-highlights-instagram-penjelasan-tentang-cara-buat-edit-dan-hapus>

Sugiyono. (2013). *Pdf-Buku-Metode-Penelitian-Sugiyono_Compress.Pdf* (p. 62).

Sunday Ade Sitorus, M. S., Nada Arina Romli, M. I. K., Tingga, C. P., S.Sos, M.M., Ni Putu Sukanteri, SP., M.Agb. Seprianti Eka Putri, S. E., M.Si, A. P., & Kurniawan Gheta, S.E., M.M., Dr. (Cand) Aditya Wardhana, S.E., M. M. (2022). *Brand Marketing : The Art Of Branding*. In *CV.Media Sains Indonesia*. CV. Media Sains Indonesia. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>

Tempo.co. (2024). *Cara Membuat Postingan Kolaborasi di Instagram*. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/digital/cara-membuat-postingan-kolaborasi-di-instagram-1164960>

Upgraded.id. (2025). *Data Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia 2025*.

Upgraded. <https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>

Wikipedia. (2012). *Pengertian Instagram*. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>

Zainal, A. (2014). *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. PT.Remaja

Rosdakarya.

Zakiyatina, N. Z. (2024). *Strategi Komunikasi Pemasaran (Promotion Mix)*

Kontainer Cafe UMM. Universitas Muhammadiyah Malang.

