

SKRIPSI
SKEMA ARTIS *CONTENT CREATOR*

PROSES PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING KOPI GONDANG
DALAM MEMPERKENALKAN UMKM TANI NGUDI LESTARI



Disusun oleh:

Asderina Missi

18.96.0533

PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PROSES PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING KOPI GONDANG
DALAM MEMPERKENALKAN UMKM TANI NGUDI LESTARI**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Asderina Missi

18.96.0533

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 26 juni 2023

Dosen Pembimbing,

Erfina Nurussadah, M.I.Kom

Nik : 190302361

PENGESAHAN

SKRIPSI

PROSES PENGEMBANGAN DIGITAL MARKETING KOPI GONDANG
DALAM MEMPERKENALKAN UMKM TANI NGUDI LESTARI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Asderina Missi

18.96.0533

telah diertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama penguji

Tanda Tangan

Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom

Nik : 190302361

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A

Nik : 190302445

Estiningsih, SE, MM

Nik : 190302443

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 21 Juni 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

Nik : 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Asderina Missi
NIM : 18.96.0533
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Sosial
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 30 Mei 2023



Asderina Missi

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis mendapatkan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi tersaji berkat motivasi, bimbingan dan doa selama penulis menimba ilmu di Universitas Amikom Yogyakarta. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, sebagai pencipta alam beserta pemberi kenikmatan hidup yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis ibu Sarina Wita Oyu dan ayah Yaber Missi, adik Ifandre Missi yang telah memberikan restu dan doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Keluarga besar penulis yang selalu mendukung serta mendoakan penulis.
4. Dosen pembimbing skripsi ibu Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom. yang selalu memberikan arahan dan saran kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
5. Para sahabat Vina, Zell, Putri, Nata, Kezia, Dinda, Kris, Jeni, Cici dan Windi Yang tulus mendoakan kelancaran pembuatan skripsi.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan doa dan semangat untuk penulis.

Yogyakarta, 30 Mei 2023

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas ramhat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program srata satu (SI) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan trimakasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Erfina Nurussa'adah, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Kelompok Tani Ngudi Lestari. selaku pengelola UMKM Kopi Gondang

Yogyakarta, 30 Mei 2023

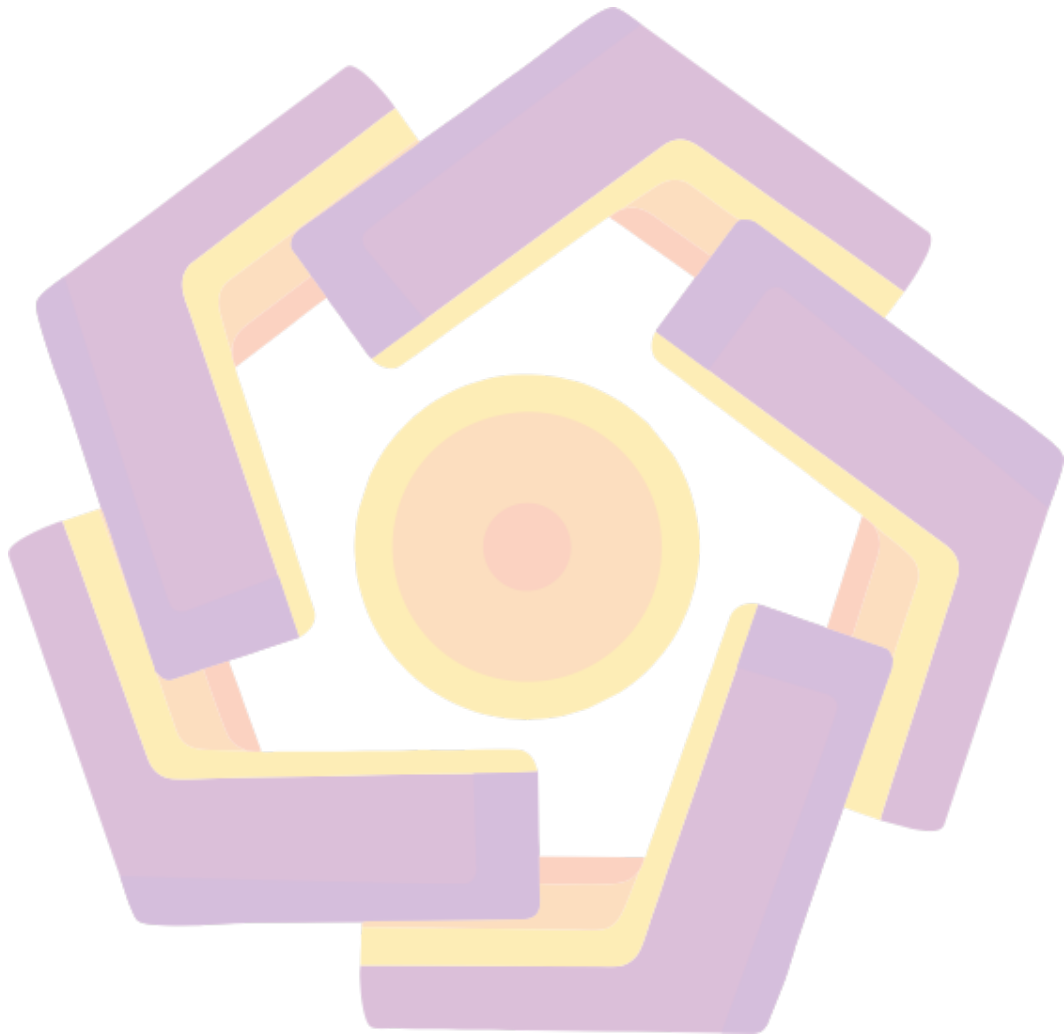
Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	<i>xi</i>
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	9
BAB III PERANCANGAN KARYA	13
3.1 Gambaran Rancangan Karya	13
1. Judul <i>Conten</i> dan Kategori <i>Content Creator</i>	13
2. Format Konten	13
3. Format Media	13
4. Visual Konten	13
5. Target Audiens	14
6. Periode Publikasi Konten	14
3.2 Gambaran Isi Karya	14
BAB IV ULASAN KARYA	15
4.1 Deskripsi Karya	15
4.2 Uraian Produksi	18
4.3 Kendala Proses Produksi	19
BAB V PENUTUP	20
5.1 Kesimpulan	20
5.2 Saran	20
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

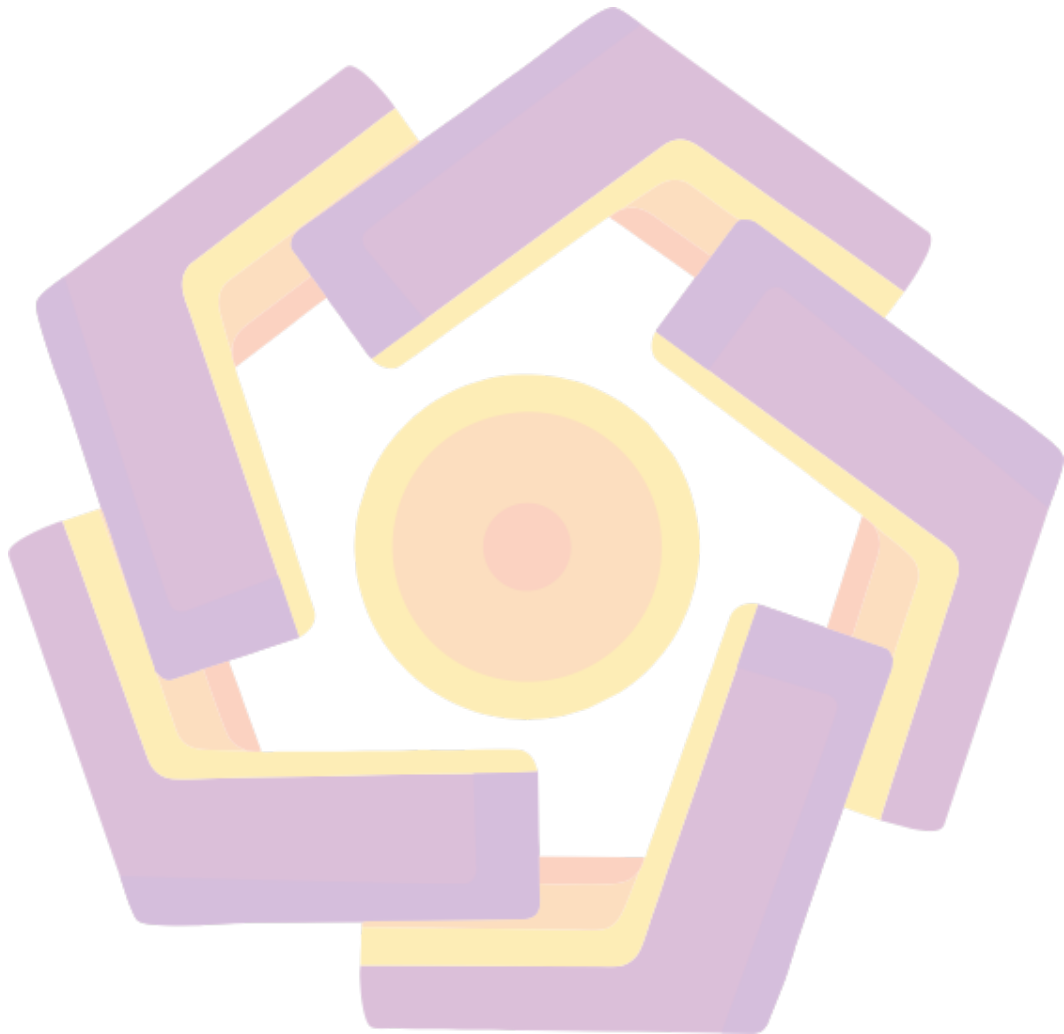
DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Data UMKM DIY	2
2. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
3. Tabel 4.1 Uraian Jadwal Produksi.....	18



DAFTAR GAMBAR

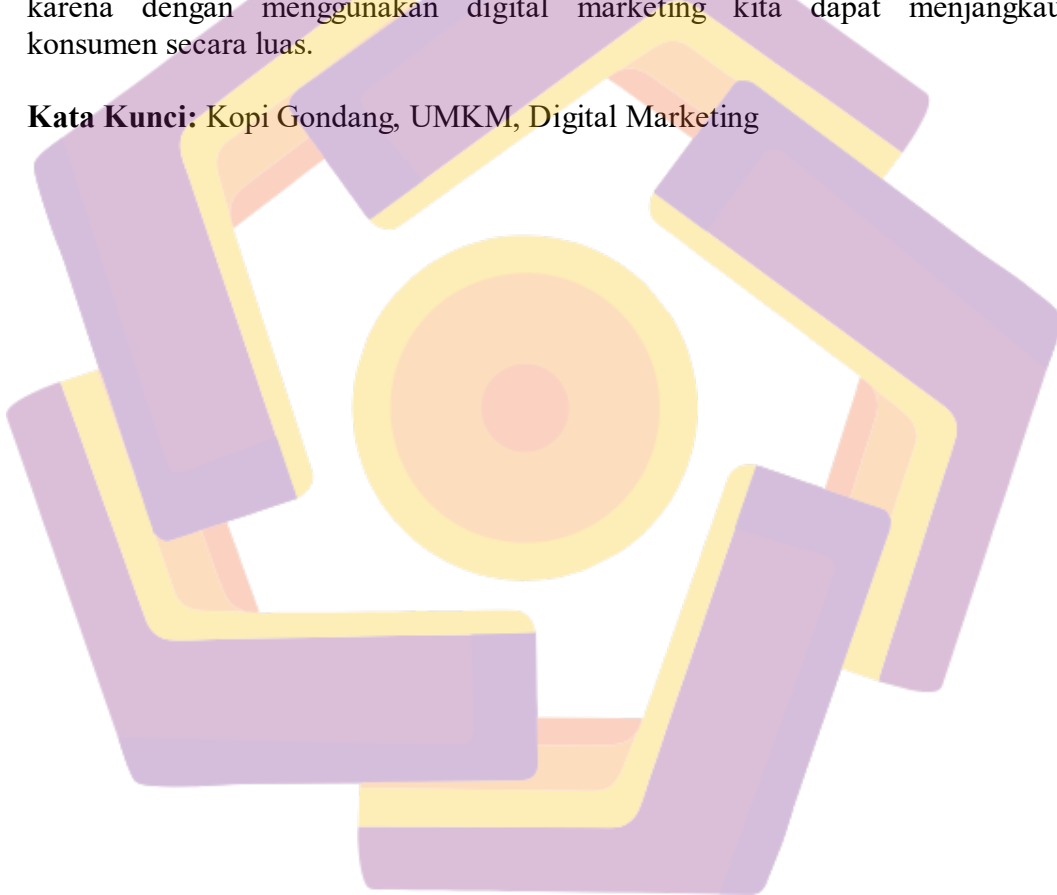
1. Gambar 4.1 Instagram Kopi Gondang 15
2. Gambar 4.2 Tiktok Kopi Gondang..... 16
3. Gambar 4.3 Artikel Kopi Gondang..... 17



INTISARI

Kopi Gondang merupakan sebuah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang di kelola oleh salah satu kelompok tani yang berasal dari Kecamatan, Cangkringan, Kabupaten Selman, Yogyakarta. Kelompok tani ini dikenal sebagai Kelompok Tani Ngudi Lestari. Permasalahan yang ditemukan pada Kopi Gondang ini adalah manajemen usahanya yang masih belum maksimal karena dalam memasarkan produknya Kopi Gondang masih menggunakan sistem tradisional atau memasarkan produknya masih dari mulut ke mulut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif, efektif dan efisien melalui digital marketing. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik Observasi, Interview, dan Dokumentasi. Dari hasil penelitian penulis menyimpulkan bahwa pemasaran digital mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pemasaran produk karena dengan menggunakan digital marketing kita dapat menjangkau konsumen secara luas.

Kata Kunci: Kopi Gondang, UMKM, Digital Marketing



ABSTRACT

Gondang Coffee is a micro, small and medium enterprise which is managed by one of the farmer groups from the sub-district, Cangkringan, Selman Regency, Yogyakarta. This farmer group is known as the Ngudi Lestari Farmers Group. Problems found in Coffee Gondang is the business management which is still not optimal because In marketing its products, Kopi Gondang still uses a system traditional or market their products still by word of mouth, then this research aims to develop innovative marketing strategies, effectively and efficiently through digital marketing. This research uses types descriptive qualitative research using observation, interview, and documentation. From the research results the author concludes that marketing digital has a huge influence on product marketing because by using digital marketing we can reach consumers at large

Keywords: *Gondang Coffe, UMKM, Digital Marketing*

