

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *DIGITAL MARKETING*  
DI INSTAGRAM LAWANA COFFEE  
SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Rheza Maestra Yoesananda

18.96.0936

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *DIGITAL MARKETING*  
DI INSTAGRAM LAWANA COFFEE**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Rheza Maestra Yoesananda

18.96.0936

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *DIGITAL MARKETING*  
DI INSTAGRAM LAWANA COFFEE**

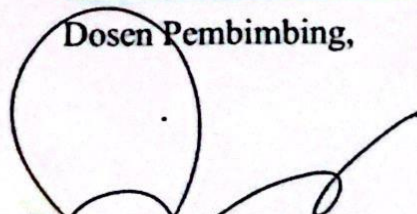
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rheza Maestra Yoesananda

18.96.0936

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 26 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Riva Agusta, S.IP, MA

NIK. 190302319



**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *DIGITAL MARKETING*  
DI INSTAGRAM LAWANA COFFEE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rheza Maestra Yoesananda

18.96.0936

telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji  
pada tanggal 26 Juni 2023

**Nama Penguji**

Rivga Agusta, S.IP. MA  
NIK. 190302319

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A  
NIK. 190302445

Kartika Sari Yudaningar S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302444

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer  
Tanggal 26 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Rheza Maestra Yoesananda

NIM : 18.96.0936

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Peran *Content Creator* dalam *Digital Marketing* di Instagram Lawana Coffee

Dosen Pembimbing : Rivga Agusta, S.IP, MA

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 22 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Rheza Maestra Yoesananda

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Kedua orang tua terutama perempuan hebat, yaitu Anny Listiana selaku Ibunda saya yang selalu ada, senantiasa mensupport dan mendoakan keberhasilan saya serta (Alm.) Yoeswantoro Sastro Tunggal, selaku Ayahanda saya yang tercinta yang berhasil mendidik saya sampai akhir hayatnya untuk menjadi laki - laki yang kuat dalam menghadapi segala situasi dan menjadikan saya pribadi yang berbakti dan bermanfaat yang membawa nama baik keluarga.
3. Dosen Pembimbing Ibu Rivga Agusta, S.IP, MA yang telah membantu mengupayakan agar saya dapat melanjutkan studi hingga saat ini dan membimbing saya dalam proses pengerjaan skripsi sampai tuntas.
4. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2018, terima kasih selalu memberikan masukan dan selalu menjadi penyemangat, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
5. Dan yang terakhir, saya persembahkan untuk diri saya sendiri karena telah kuat dan sabar dalam melewati berbagai proses rintangan hidup yang berat dalam satu waktu. Segala proses memang tidak akan mengkhianati hasil, dan segala sesuatu yang terjadi pada diri ini pasti ada alasan dibalik itu semua. Karena Allah SWT maha melihat dan mengetahui. Segala bentuk pertolongan itu ada dan saya percaya akan hal tersebut. Semangat dan sukses untuk diri sendiri. Selamat untuk Rheza Maestra Yoesananda telah melakukan yang terbaik untuk dirimu sendiri.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

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

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng (Kaprodil Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Rivga Agusta, S.IP, MA (Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, 26 Juni 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

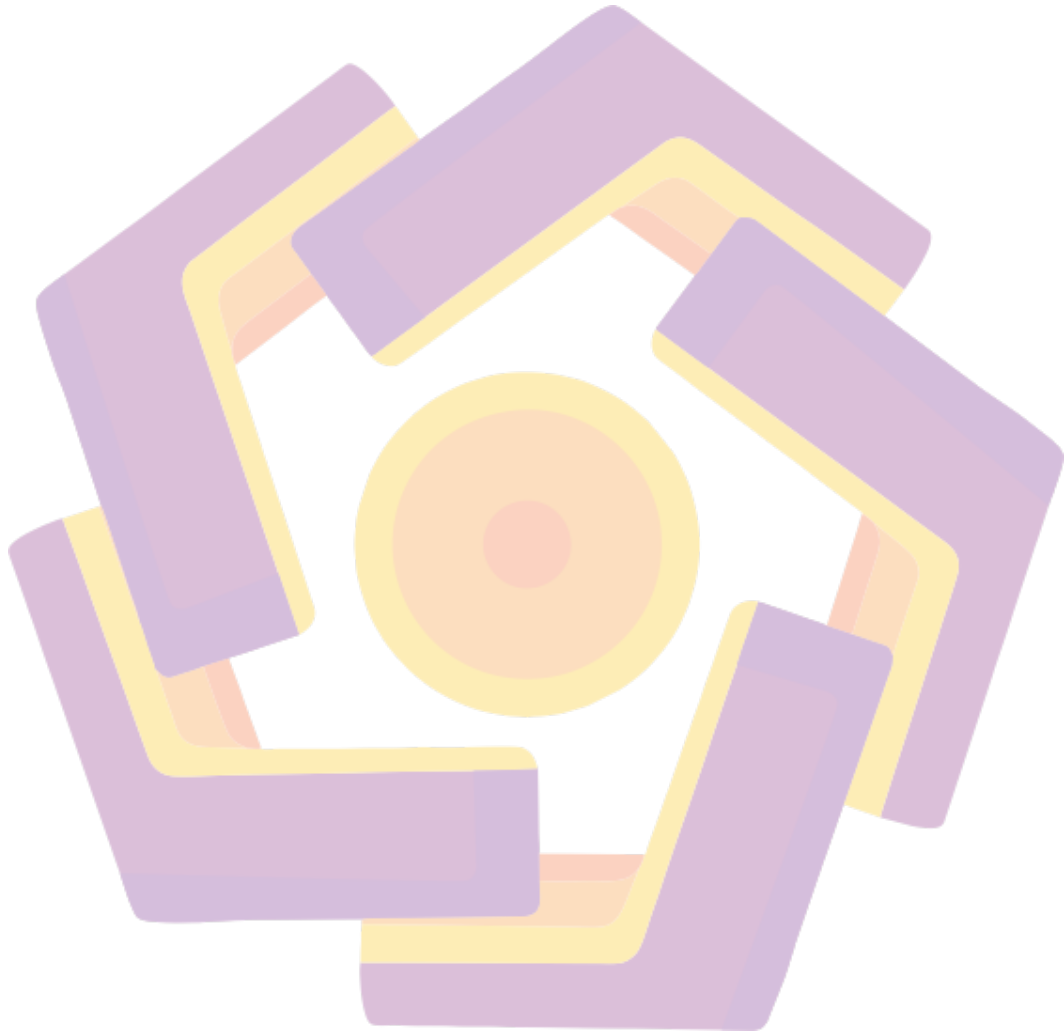
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR TABEL .....	2
DAFTAR GAMBAR.....	3
INTISARI .....	4
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>5</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1.3 Batasan Masalah.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1.4 Tujuan Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1.5 Manfaat Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
1.6 Sistematika BAB .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.2 Content Creator .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.3 <i>Digital Marketing</i> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.4 Konten Kreatif.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.5 <i>Media Sosial</i> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.6 Instagram .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
2.7 Kerangka Pikir.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.1 Metode Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.3 Sumber Data .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.4 Informan Penelitian .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.6 Validitas Data .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
3.7 Teknik Analisis Data .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
4.1 Hasil .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
4.2 Hasil Wawancara.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
4.3 Peran Content Creator .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
5.1 Kesimpulan.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
5.2 Saran.....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>



## DAFTAR TABEL

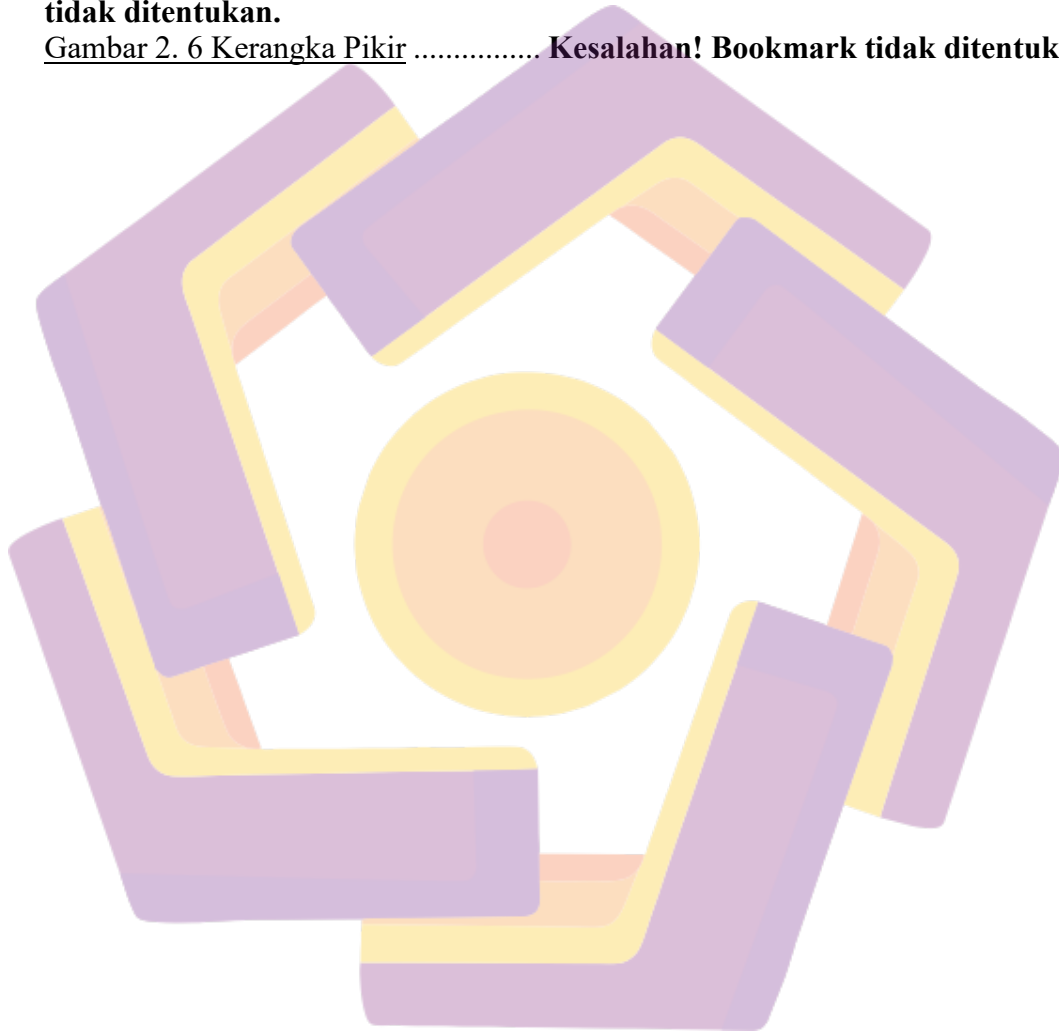
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Tabel 3. 1 Informan Penelitian..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2. 1 Mocktail Asmaradhana    Gambar 2. 2 Ayam Sambal Matah  
..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Gambar 2. 3 Proses peracikan kopi manual brew V60..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Gambar 2. 4 Bentuk interaksi dengan audience di Instagram Lawana Coffee  
..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Gambar 2. 5 Tampilan profile Instagram Lawana Coffee .. **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Gambar 2. 6 Kerangka Pikir ..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**



## INTISARI

**Latar belakang :** Di era modern ini, begitu banyak perkembangan teknologi yang semakin canggih dan mempermudah kita dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Semakin canggihnya teknologi membuat perubahan yang besar, berbagai macam teknologi yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai kalangan dimudahkan dalam mengakses informasi, hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk mengembangkan usaha salah satunya coffee shop terutama lawana coffee yang dapat memasarkan produk ataupun jasa melalui media elektronik (digital). Dalam menjalankan upaya digital marketing ataupun pemasaran melalui internet, tentu tidak luput dari dukungan adanya *content creator*. Seorang *content creator* biasanya mengikuti trend yang sedang ramai sehingga mereka juga dilirik oleh berbagai pihak untuk diajak bekerja sama. Dengan adanya fenomena ini, perusahaan berbondong-bondong melakukan ekspansi pada strategi marketing untuk memanfaatkan media sosial terutama instagram. Fenomena ini menciptakan beberapa profesi baru di Indonesia seperti *digital marketing*. **Tujuan:** untuk memberikan analisis peran *content creator* dalam *digital marketing* di Instagram Lawana Coffee. **Metode Penelitian :** Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini membahas tentang peran *content creator* dalam digital marketing di Instagram Lawana Coffee dengan menggunakan konten kreatif yang diunggah setiap harinya. **Hasil :** Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan pemasaran *Lawana Coffee* meningkatkan minat pelanggan melalui media sosial Instagram melibatkan elemen *digital marketing* melalui *content creator*.

**Kesimpulan :** Peran *content creator* dalam *digital marketing* di instagram lawana coffee sangat berpengaruh besar bagi marketing perusahaan dan produk lawana coffee sendiri karena dapat menaikkan nilai penjualan sebuah produk dan masyarakat luas dapat mengetahui informasi lebih lanjut tentang lawana coffee.

**Kata Kunci :** *Content creator, digital marketing, instagram*

## ***ABSTRACT***

**Background:** In this modern era, there are so many developments in technology that are becoming more sophisticated and making it easier for us to carry out our daily activities. Increasingly sophisticated technology is making big changes, various kinds of increasingly advanced technology have emerged. It is easier for various groups to access information, this is used by business people to develop businesses, one of which is coffee shops, especially Lawana Coffee, which can market products or services through electronic (digital) media. In carrying out digital marketing efforts or marketing via the internet, of course you cannot escape the support of content creators. A content creator usually follows current trends so that they are also looked at by various parties to collaborate with. With this phenomenon, companies are flocking to expand their marketing strategies to utilize social media, especially Instagram. This phenomenon has created several new professions in Indonesia, such as digital marketing. **Objective:** to provide an analysis of the role of content creators in digital marketing on Lawana Coffee's Instagram. **Research Method:** This research uses descriptive qualitative research methods. This research discusses the role of content creators in digital marketing on Lawana Coffee's Instagram by using creative content uploaded every day. **Results:** The research results show that Lawana Coffee's marketing activities increase customer interest through Instagram social media involving digital marketing elements through content creators. **Conclusion:** The role of content creators in digital marketing on Lawana Coffee's Instagram has a big influence on the marketing of the company and Lawana Coffee products themselves because it can increase the sales value of a product and the wider public can find out more information about Lawana Coffee.

**Keywords :** *Conten creator, digital marketing, instagram*