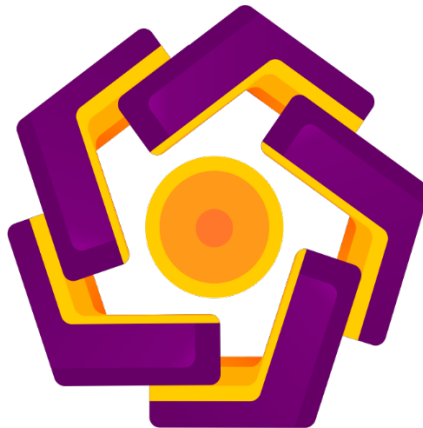


STRATEGI PROMOSI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM @JRNYCOFFEEANDRECORDS*
DALAM MENJABARKAN MUSIK SEBAGAI IDENTITAS
SKRIPSI



Disusun Oleh:

Herbagas Bagus Taruna

20.96.1768

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2026)

**STRATEGI PROMOSI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM @JRNYCOFFEEANDRECORDS*
DALAM MENJABARKAN MUSIK SEBAGAI IDENTITAS**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar
Sarjana pada Program Ilmu Komunikasi



Oleh:

Herbagas Bagus Taruna

20.96.1768

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
(2026)**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**@JRNYCOFFEEANDRECORDS DALAM MENJABARKAN MUSIK
SEBAGAI IDENTITAS**

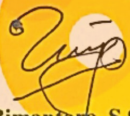
yang disusun dan diajukan oleh

HERBAGAS BAGUS TARUNA

20.96.1768

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 18 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Wajar Bimantoro, S.Sn., M.Des.

NIK. 190304506

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@JRNYCOFFEEANDRECORDS DALAM MENJABARKAN MUSIK
SEBAGAI IDENTITAS**

yang disusun dan diajukan oleh

HERBAGAS BAGUS TARUNA

20.96.1768

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 18 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

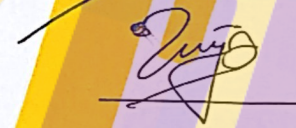
Rosvidah Javanti Vijaya, S.E, M.Hum
NIK. 190302266



Junaidi, S.Ag., M.Hum, Dr.
NIK. 190302599



Wajar Bimantoro, S.Sn., M.Des.
NIK. 190304506



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
18 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi

Yogyakarta, 29 Maret 2026



Herbagas Bagus Taruna

20.96.1768

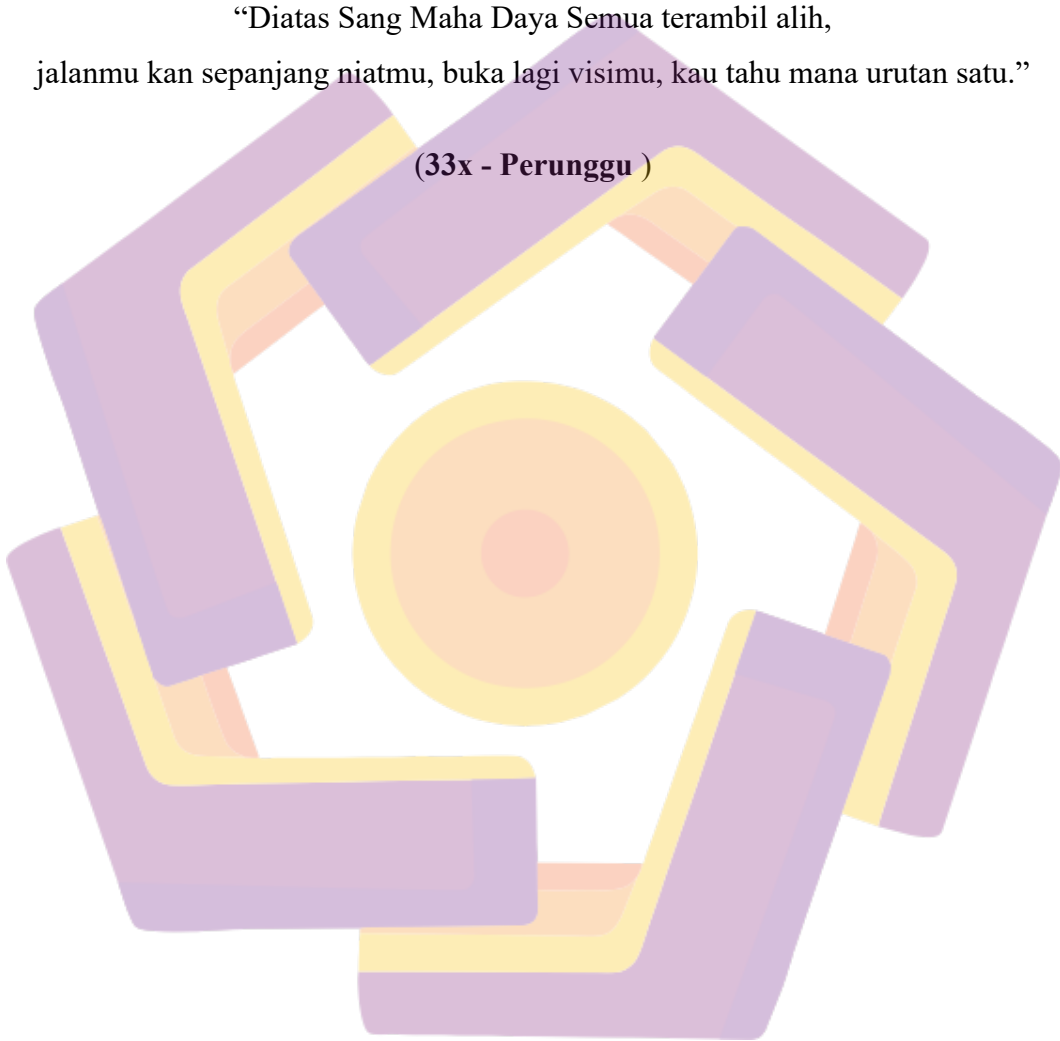
MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(Qs. Al-Insyirah : 5)

“Diatas Sang Maha Daya Semua terambil alih,
jalanmu kan sepanjang niatmu, buka lagi visimu, kau tahu mana urutan satu.”

(33x - Perunggu)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan serta membantu penulis dari awal hingga akhir dalam proses penulisan skripsi ini. Selama penulisan ini banyak sekali suka dan duka yang sudah penulis lewati, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih dan juga ingin mempersembahkan karya ini kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian dalam membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini:

1. Terimakasih kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat iman, nikmat islam, nikmat hidaya dan nikmat sehat wal afiat sehingga saya mendapatkan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Orang Tua tercinta saya Bapak Heru Mujiono dan Ibu Sri Ningsih yang telah sabar mendidik saya dari kecil hingga dewasa dengan sabar dan penuh cinta.
3. Kepada kakak kandung saya Yunnianna Hermawati, S.Kep.,Ns yang telah membantu mendidik dan memberi masukan atau nasihat baik selama ini
4. Bapak Wajar Bimantoro, SSn, MDes selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing Skripsi saya dengan rasa sabar, tulus, dan ikhlas dari awal hingga akhir.
5. Terakhir untuk saya sendiri Herbagas Bagus Taruna karena sudah berusaha dan berjuang dalam hidup hingga saat ini. Terimakasih sudah menyelesaikan masa perkuliahan dan penelitian ini dengan baik. Terimakasih sudah kuat melalui banyak rintangan dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga cita-cita dan harapan penuh segera tercapai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan yang berjudul “Strategi Promosi media sosial Instagram @jrnycoffeeandrecords dalam menjabarkan musik sebagai identitas” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

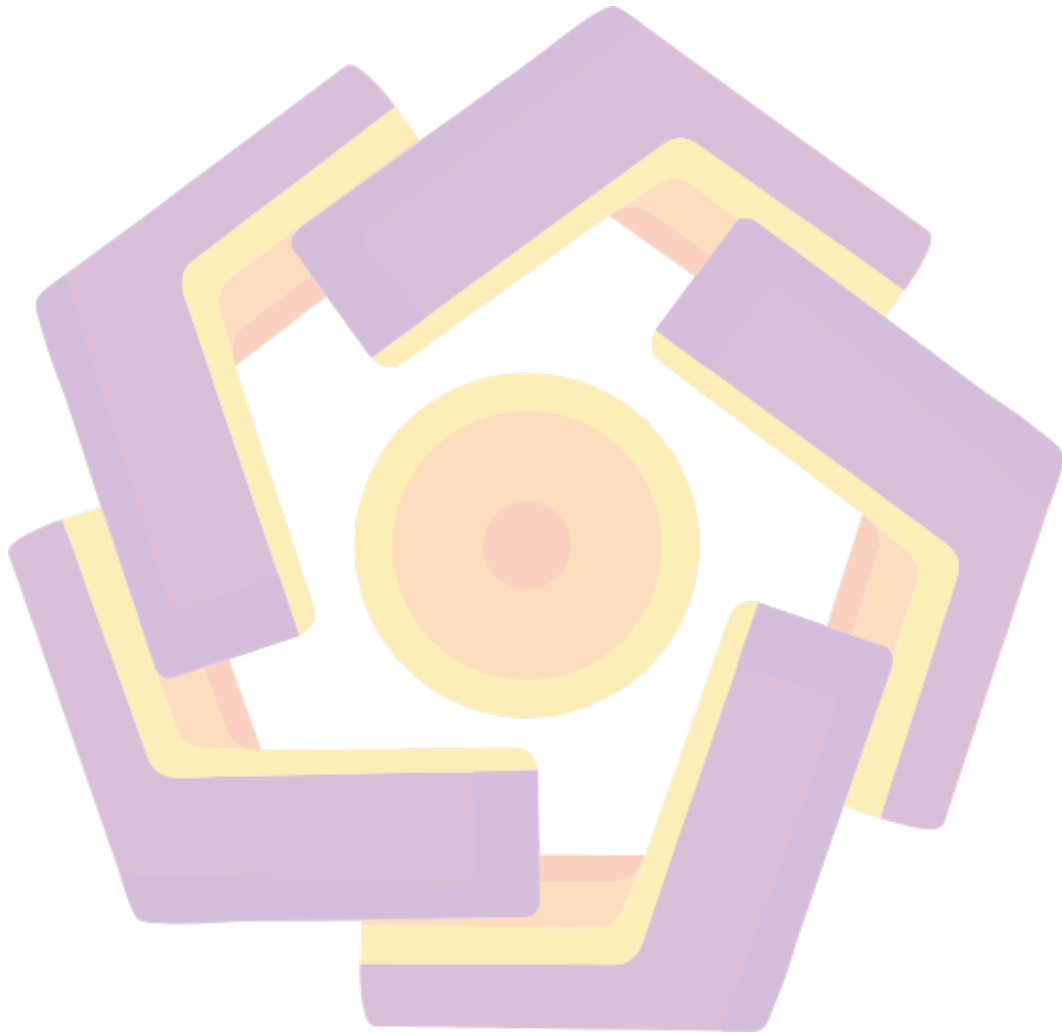
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, serta nikmat yang luar biasa, sehingga saya dapat menjalankan kegiatan skripsi dengan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, semangat sehingga saya dapat terus berjuang.
3. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Emha Taufiq Lutfhi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Bapak Wajar Bimantoro, SSn, MDes selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang membimbing dengan tulus dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta. Kepada saudara Dede Strada Naraputra selaku manager dari lokasi penelitian yang telah bersedia membantu & memberikan izin penelitian serta membantu mendapatkan data.

DAFTAR ISI

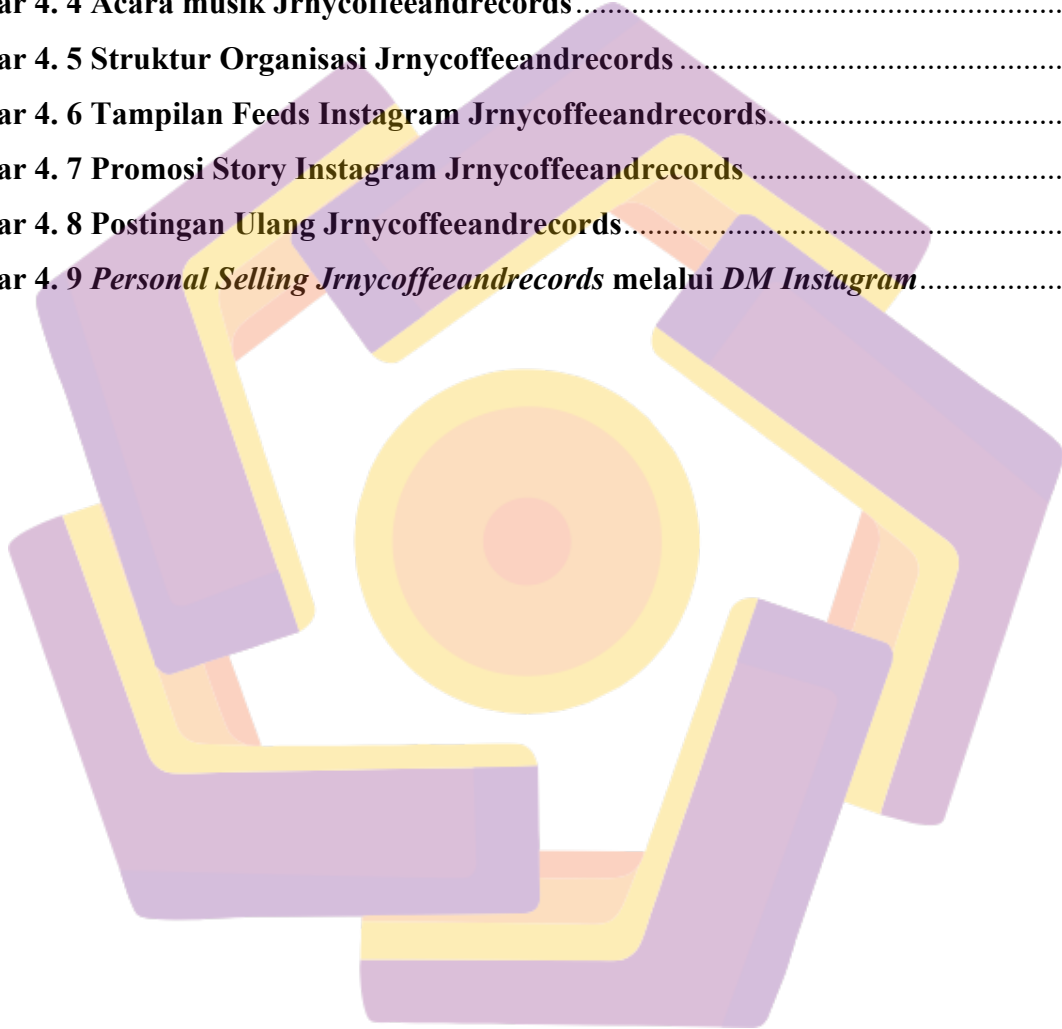
SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	1
BAB 1 PENDAHULUAN	3
1.1. Latar Belakang	3
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Skema Penelitian	10
1.6. Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Sebelumnya	13
2.2. Landasan Teori / Konsep	16
2.3. Kerangka Konsep	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	29
BAB V PENUTUP	59
DAFTAR PUSTAKA	62
Lampiran 1	64
SURAT IZIN PENELITIAN	64
Lampiran 2 Interview Guide Pemilik <i>Jrnycoffeeandrecords</i>	65
Transkrip Wawancara Bersama Pemilik JRNY Coffee And Records	68
Transkrip Wawancara Bersama Admin/konten creator <i>Jrnycoffeeandrecords</i>	69

Interview Guide Followers dan Konsumen	71
Interview Guide Followers dan Konsumen	72
Lampiran 3	74



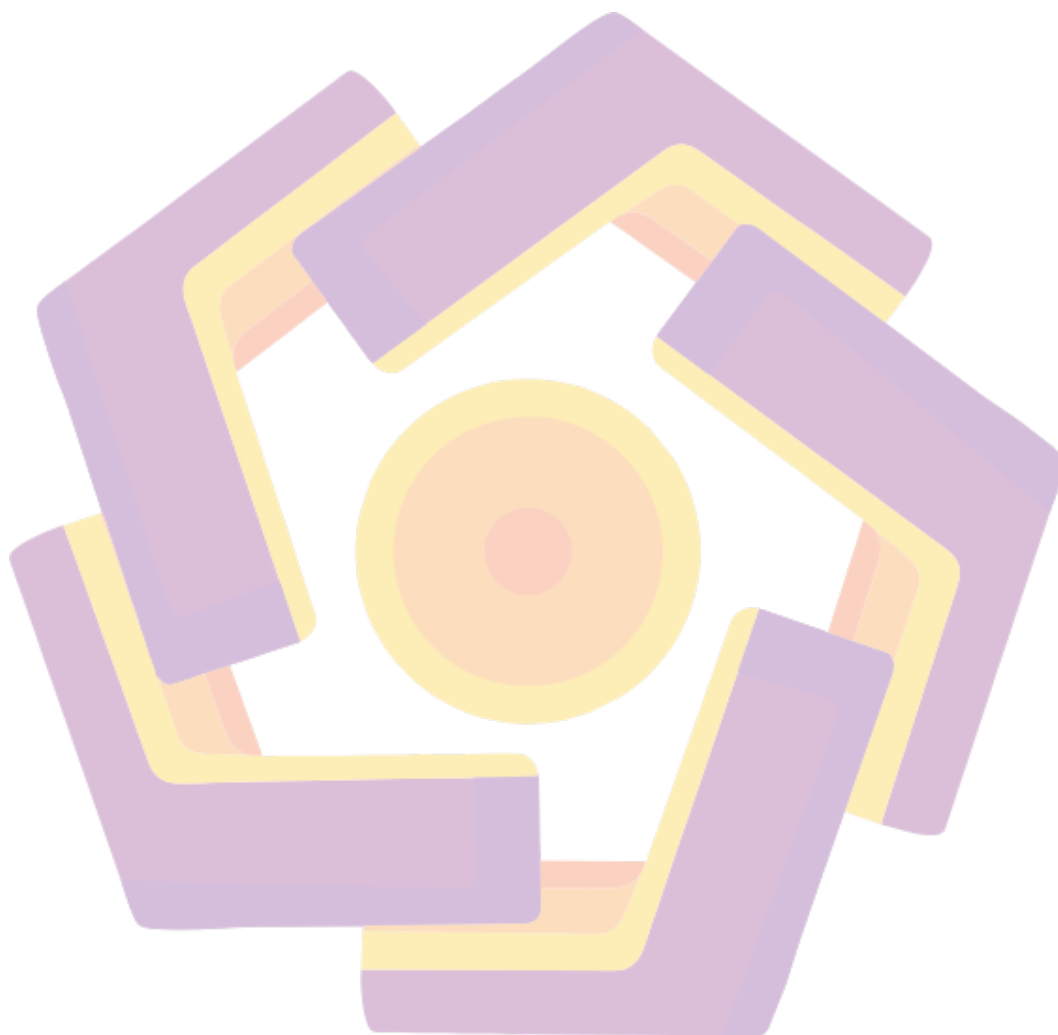
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Instagram Jrnycoffeeandrecords	5
Gambar 1. 2 Profil Instagram Jrnycoffeeandrecords	6
Gambar 4. 1 Logo <i>Jrnycoffeeandrecords</i>	29
Gambar 4. 2 Kafe Jrnycoffeeandrecords.....	31
Gambar 4. 3 Poster acara musik Jrnycoffeeandrecords.....	34
Gambar 4. 4 Acara musik Jrnycoffeeandrecords.....	35
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Jrnycoffeeandrecords	36
Gambar 4. 6 Tampilan Feeds Instagram Jrnycoffeeandrecords.....	40
Gambar 4. 7 Promosi Story Instagram Jrnycoffeeandrecords	42
Gambar 4. 8 Postingan Ulang Jrnycoffeeandrecords.....	43
Gambar 4. 9 <i>Personal Selling Jrnycoffeeandrecords</i> melalui <i>DM Instagram</i>	47



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	15
-----------------	----



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh *jrnycoffeeandrecords* melalui media sosial Instagram. Perkembangan komunikasi pemasaran digital menjadikan media sosial sebagai alternatif utama untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Saat ini, banyak pebisnis menggunakan internet sebagai platform utama dalam menyampaikan informasi kepada konsumen. Dalam merancang strategi promosi, perusahaan perlu memiliki konsep promosi yang kuat sebagai pondasi untuk mencapai tujuan bisnisnya. Penelitian ini menggunakan bauran promosi yang meliputi periklanan, penjualan personal, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran langsung sebagai dasar pembahasan. *Instagram* dipilih sebagai media promosi karena mampu menampilkan konten visual berupa foto dan video yang menarik, sehingga menjadi sarana efektif bagi *jrnycoffeeandrecords* untuk menjangkau konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi melalui akun *Instagram @jrnycoffeeandrecords*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi organik yang diterapkan meliputi periklanan melalui testimoni pelanggan, penjualan personal dengan meningkatkan interaksi langsung bersama konsumen, publisitas melalui relasi dengan media, promosi penjualan berupa penawaran produk gratis, dan pemasaran langsung yang menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Media Sosial, Instagram, coffeeshop, musik

ABSTRACT

This research analyzes the promotional strategies implemented by jrnycoffeeandrecords through Instagram as a social media platform. The rapid development of digital marketing communication has positioned social media as a primary alternative to enhance marketing effectiveness. Today, many businesses rely on the internet as their main platform to deliver information to consumers. In designing promotional strategies, companies must establish strong concepts as a foundation to achieve their business goals. This study applies the promotion mix framework, which includes advertising, personal selling, publicity, sales promotion, and direct marketing, as the basis of discussion. Instagram is chosen as the main promotional medium due to its ability to showcase visual content such as photos and videos, making it an effective tool for jrnycoffeeandrecords to engage with consumers. The objective of this research is to examine the promotional strategies carried out through the Instagram account @jrnycoffeeandrecords. A qualitative research method was employed, with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings reveal that the organic promotional strategy relies on the promotion mix, consisting of advertising through customer testimonials, personal selling by increasing direct interaction with consumers, publicity through maintaining media relations, sales promotion by offering free products, and direct marketing that fosters long-term customer relationships.

Keywords: Promotional Strategy, Social Media, Instagram, coffeeshop, music