



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA KECIL HASIL PERTANIAN (Kasus: Snday Coffee Bogor)

NADIA MUTHIANI



DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Usaha Kecil Hasil Pertanian (Kasus: SNDAY Coffee Bogor)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2024

Nadia Muthiani
NIM. I34180096

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

NADIA MUTHIANI. Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Usaha Kecil Hasil Pertanian (Kasus: SNDAY Coffee Bogor). Dibimbing oleh DJUARA P. LUBIS

Kemajuan teknologi digital di Indonesia meningkatkan peran penting media sosial dalam berbagai bidang, termasuk bisnis UMKM. Pelaku UMKM menggunakan platform digital seperti Instagram untuk mendukung pemasaran dan promosi produk mereka. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas Instagram sebagai media promosi usaha kecil hasil pertanian pada akun Instagram SNDAY Coffee. Metode penelitian yang digunakan adalah survei melalui kuesioner terhadap 80 responden, didukung oleh wawancara dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan signifikan dalam strategi promosi SNDAY Coffee dan terbukti efektif sebagai media promosi UMKM. Analisis karakteristik responden menunjukkan tidak adanya hubungan signifikan dengan keterdedahan media Instagram, namun efektivitas promosi berhubungan signifikan dengan minat berkunjung kembali. Artinya, semakin efektif promosi, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk tertarik melakukan kunjungan ulang, mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran SNDAY Coffee.

Kata kunci: Teknologi digital, efektivitas, Instagram, UMKM, media promosi

ABSTRACT

NADIA MUTHIANI. The Effectiveness of Instagram as a Promotional Media for Small Agricultural Businesses (Case Study: SNDAY Coffee Bogor). Supervised by DJUARA P. LUBIS

The advancement of digital technology in Indonesia has increased the important role of social media in various fields, including MSME businesses. MSME actors use digital platforms like Instagram to support their marketing and product promotion activities. This study aims to analyze the effectiveness of Instagram as a promotional media for small-scale agricultural businesses, focusing on the Instagram account of SNDAY Coffee. The research method used a survey conducted through a questionnaire involving 80 respondents, supported by interviews and literature studies. The results show that Instagram plays a significant role in SNDAY Coffee's promotional strategy and is proven effective as a promotional media for MSMEs. Analysis of respondent characteristics shows no significant relationship with Instagram media exposure; however, promotional effectiveness is significantly related to the intention to revisit. This means that the more effective the promotion, the higher the likelihood of attracting consumers to return, reflecting the success of SNDAY Coffee's marketing strategy.

Keywords: Digital technology, effectiveness, Instagram, SMEs, promotional media



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI USAHA KECIL HASIL PERTANIAN (Kasus: Snday Coffee Bogor)

NADIA MUTHIANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat

**DEPARTEMEN SAINS KOMUNIKASI DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ir. Hadiyanto, M.Si
- 2 Dr. Ratri Virianita, S.Sos., M.Si

Judul Skripsi : Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Usaha Kecil Hasil
Pertanian (Kasus: Snday Coffee Bogor)

Nama : Nadia Muthiani
NIM : I34180096

Disetujui oleh

Pembimbing :
Dr. Ir. Djuara P Lubis, MS



Diketahui oleh

Ketua Departemen Sains Komunikasi
dan Pengembangan Masyarakat
Dr. Ir. Anna Fatchiya, M.Si
NIP 196811211997022001



Tanggal Ujian:
1 Oktober 2024

Tanggal Lulus: 24 OCT 2024



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas rahmat serta karunia-Nya dan juga ilmu untuk kemajuan dalam berpikir sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul “Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Usaha Kecil Hasil Pertanian (Kasus: SNDAY Coffee Bogor)” sebagai syarat kelulusan Mata Kuliah Skripsi (KPM497) pada Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik atas dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Dr. Ir. Djuara P. Lubis, MS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berarti selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Minda selaku pemilik SNDAY Coffee yang telah mengizinkan penulis melaksanakan penelitian di SNDAY Coffee.
3. Orang tua tercinta, Bapak Agus Nurhayat dan Ibu Nilda serta keluarga, yang selalu memanjatkan doa dan tidak hentinya memberikan dukungan selama mengerjakan skripsi ini.
4. Uncle, Salma, dan pihak pengelola SNDAY Coffee yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data.
5. Farhan Prasetyo yang selalu menyemangati dan menemani saat penulis mengalami kesulitan.
6. Alya dan Bela selaku teman seper bimbingan yang menemani proses penulisan.
7. Sahabat-sahabat tercinta (Klarissa, Gadis, Bila, Salma, Cece, Cele, Cipa, Alya, Wari, Jawon, Olel, Rania, Bibil, dan Cutiw) yang selalu memberikan dukungan dan pengertian kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. SKPM Angkatan 55 (Aetherios) yang sedang berjuang Bersama dalam penyelesaian proposal skripsi ini semangat.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan yang diharapkan dapat diperbaiki kedepannya.

Bogor, Oktober 2024

Nadia Muthiani



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	6
II PENDEKATAN TEORITIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	7
2.1.2 Digital Marketing	7
2.1.3 Keterdedahan Media Sosial Instagram	9
2.1.4 Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi	9
2.1.5 Karakteristik <i>Followers</i>	10
2.1.6 Tindakan Setelah Berkunjung	11
2.2 Kerangka Pemikiran	11
2.3 Hipotesis Penelitian	13
III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Metode Penelitian	15
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.3 Teknik Pemilihan Responden dan Informan	16
3.4 Data Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	17
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	18
3.7 Definisi Operasional	19
3.7.1 Karakteristik <i>Followers</i>	19
3.7.2 Keterdedahan Media Instagram	21
3.7.3 Efektivitas promosi	22
3.7.4 Tindakan Setelah Berkunjung	24
IV GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN	27
4.1 Sejarah dan Perkembangan Cafe SNDAY Coffee Binamarga	27
4.2 Karakteristik Responden	32
4.3 Ikhtisar	36
V HUBUNGAN KARAKTERISTIK <i>FOLLOWERS INSTAGRAM @SNDAY.COFFEE</i> DENGAN KETERDEDAHAN MEDIA INSTAGRAM @SNDAY.COFFEE	39
5.1 Durasi Mengakses Instagram	40
5.2 Frekuensi	40
5.3 Hubungan antara Karakteristik <i>Followers</i> dan Keterdedahan Media Instagram	41

5.4 Ikhtisar	44
VI HUBUNGAN KARAKTERISTIK <i>FOLLOWERS</i> DAN KETERDEDAHAN MEDIA INSTAGRAM DENGAN EFEKTIVITAS PROMOSI	47
6.1 Efektivitas promosi	47
6.1.1 Daya Tarik	48
6.1.2 Pemahaman	49
6.1.3 Penerimaan	51
6.1.4 Keterlibatan	52
6.1.5 Persuasi	54
6.2 Hubungan antara Karakteristik <i>Followers</i> dan Efektivitas Promosi	55
6.3 Hubungan antara Keterdedahan Media Instagram dan Efektivitas Promosi	59
6.4 Ikhtisar	61
VII HUBUNGAN EFEKTIVITAS PROMOSI DENGAN TINDAKAN BERKUNJUNG	63
7.1 Minat Berkunjung Kembali	63
7.2 Rekomendasi Kepada Orang Lain	64
7.3 Hubungan antara Efektivitas promosi dan Tindakan setelah Berkunjung	65
7.4 Ikhtisar	66
VIII SIMPULAN DAN SARAN	69
8.1 Simpulan	69
8.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	77
RIWAYAT HIDUP	77

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1 Teknik pengumpulan data	17
2 Tingkat hubungan berdasarkan interval koefisien	19
3 Definisi operasional karakteristik followers	20
4 Definisi operasional keterdedahan media instagram	21
5 Definisi operasional efektivitas promosi	22
6 Definisi operasional tindakan setelah berkunjung	24
7 Jumlah dan persentase responden berdasarkan karakteristik tahun 2023	33
8 Jumlah dan persentase responden berdasarkan durasi mengakses Instagram tahun 2023	40
9 Jumlah dan persentase responden berdasarkan frekuensi mengakses Instagram tahun 2023	41
10 Nilai koefisien korelasi berdasarkan karakteristik followers dengan keterdedahan media Instagram	42
11 Hasil analisis Chi-square karakteristik responden dengan keterdedahan media instagram tahun 2023	43
12 Jumlah dan persentase responden berdasarkan efektivitas promosi tahun 2023	47
13 Jumlah dan persentase responden berdasarkan daya tarik tahun 2023	48
14 Jumlah dan persentase responden berdasarkan pemahaman tahun 2023	50
15 Jumlah dan persentase responden berdasarkan penerimaan tahun 2023	51
16 Jumlah dan persentase responden berdasarkan keterlibatan tahun 2023	53
17 Jumlah dan persentase responden berdasarkan persuasi tahun 2023	55
18 Nilai koefisien korelasi berdasarkan karakteristik responden dan efektivitas promosi tahun 2023	56
19 Nilai koefisien korelasi berdasarkan keterdedahan media instagram dan efektivitas promosi tahun 2023	60
20 Jumlah dan persentase responden berdasarkan minat berkunjung kembali tahun 2023	63
21 Jumlah dan persentase responden berdasarkan rekomendasi kepada orang lain tahun 2023	65
22 Nilai koefisien korelasi berdasarkan efektivitas promosi dan tindakan setelah berkunjung tahun 2023	65

DAFTAR GAMBAR

1 Feeds Instagram SNDAY coffee	3
2 Kerangka Pemikiran	13
3 Lokasi SNDAY Coffee Bogor	27
4 Logo SNDAY Coffee Bogor	28
5 Produk biji kopi lokal yang tersedia di SNDAY Coffe	28
6 Feeds Instagram @SNDAY.coffee	30
7 Highlight Instagram @SNDAY.coffee	31
8 Instagram Story @SNDAY.coffee	32

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



9	Data Jenis Kelamin <i>Followers</i> @SNDAY.coffee	34
10	Contoh Konten pada Feeds Instagram @SNDAY.coffee	49
11	Contoh Salah Satu Unggahan Minuman Instagram @SNDAY.coffee	50
12	Contoh Salah Satu Unggahan Lingkungan Instagram @SNDAY.coffee	53

@Hak cipta milik IPB University

DAFTAR LAMPIRAN

Lokasi penelitian	78
Waktu kegiatan penelitian	78
Daftar nama responden	80
Format catatan harian lapang	82

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang.
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.