

**STRATEGI CONTENT MARKETING MELALUI INFLUENCER  
%ARABICA COFFEE INDONESIA DI INSTAGRAM**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**SELLIA PUTRI**

**1191003101**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Sellia Putri**

**NIM 1191003101**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 25 Februari 2024**


## HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Sellia Putri  
NIM : 1191003101  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
: Strategi Content Marketing Melalui Influencer % Arabica Coffee Indonesia  
Di Instagram

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aprilina Prastari, S.Sos., M.Si., (  )

Penguji 1 : Ari Kurnia, S.Ikom., M.Ikom., (  )

Penguji 2 : Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A., (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 24 Februari 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Content Marketing Instagram %Arabica Coffee Indonesia Melalui Social Media Influencer”** dengan baik dan pada waktu yang tepat untuk memenuhi mata kuliah skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak yang telah membantu penulis menempuh perjalanan dalam menyelesaikan tugas akhir ini, diantaranya penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

### **1. Keluarga Penulis**

Terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu Mama, Kakak, dan Adik atas dukungan dan semangat telah mendukung apa yang telah penulis pilih, selain itu terima kasih sudah memberikan dukungan, kesempatan dan membiayai pendidikan penulis sampai dititik ini.

### **2. Aprilina Prastari, S.Sos, M.Si**

Terima kasih kepada Miss April selaku dosen pembimbing tugas akhir penulis atas upaya bimbingan yang telah diberikan kepada penulis. Terima kasih karena selalu memberikan masukan, solusi, dukungan, serta selalu mengingatkan akan tugas akhir penulis, sehingga penulis dapat melewati rintangan dalam penulisan. Terima kasih banyak sudah meluangkan banyak waktu untuk memberikan masukan kepada penulis terkait penelitian tugas akhir ini, serta kebaikan, kesabara, dalam membimbing.

### **3. Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom**

Terima kasih kepada Miss Ari selaku penguji pada seminar proposal skripsi dan sidang akhir penulis yang telah memberikan banyak masukan, saran, dan bantuan hingga akhirnya tugas akhir ini dapat selesai dengan baik. Terima kasih juga atas ilmu dan pengalaman yang diberikan selama masa kuliah penulis di Ilmu Komunikasi Bakrie.

**4. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A**

Terima kasih kepada Miss DK selaku dosen penguji yang sewaktu menguji saya sewaktu sidang laporan skripsi, segala bentuk tanya jawab dan masukan yang Miss DK lakukan membuat pikiran peneliti semakin terbuka untuk mengembangkan penelitian ini, serta masukan yang diberikan membuat skripsi peneliti lebih lengkap lagi.

**5. Teman-teman Terdekat Penulis**

Terima kasih untuk Faris, Naufal, Tika, Sandro, Ari, dan Bagas yang selalu memberikan dukungan moral kepada penulis ketika sedang melakukan penelitian.

**6. Paguyuban Cegil**

Terima kasih untuk Hani, Widya, Roro, Lala, Ginan, Anggit, dan Safana yang selalu ada untuk penulis dan memberikan semangat, ketika penulis sedang mengalami kendala dalam mengerjakan tugas akhir ini, serta selalu mendengarkan keluh kesah penulis.

**7. Seluruh Orang Yang Tidak Tersebutkan**

Terima kasih banyak untuk seluruh orang yang tidak dapat penulis sebutkan atas segala upaya yang telah diberikan untuk penulis, serta doa-doa yang diberikan kepada penulis. Segala pencapaian yang penulis dapatkan semoga bisa penulis kembalikan kepada kalian semua.

Jakarta, Februari 2024

Peneliti



Sellia Putri

NIM 1191003101

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sellia Putri  
NIM : 1191003101  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **"Strategi Content Marketing Melalui Influencer %Arabica Coffee Indonesia Di Instagram"**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : di Jakarta

Pada Tanggal : 24 Februari 2023

Yang menyatakan,



(Sellia Putri)

**"Strategi *Content Marketing* Melalui *Influencer* %Arabica Coffee Indonesia  
Di Instagram"**

**SELLIA PUTRI**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi *content marketing* melalui *influencer* dengan menggunakan komponen 4C: *context, communication, collaboration, connection*. Strategi *content marketing* dengan menggunakan *influencer* di platform media sosial Instagram telah menjadi pendekatan yang efektif bagi merek coffee *high-end* seperti %Arabica Coffee Indonesia. Dengan fokus pada memperkuat citra eksklusif dan kualitas produknya maka dari itu %Arabica Coffee Indonesia bekerja sama dengan *influencer* yang memiliki afinitas dengan industri kopi atau memiliki audiens yang relevan dengan target pasar mereka. Melalui konten yang diproduksi oleh *influencer*, merek ini menampilkan visual yang menarik, menekankan kualitas unggul produknya, dan membawa pengalaman kopi yang eksklusif kepada audiens. Strategi *content marketing* dengan menggunakan *influencer* di Instagram menjadi poin penting dalam membangun dan memperkuat hubungan merek %Arabica Coffee Indonesia dengan audiensnya, memberikan dampak yang signifikan dalam mencapai tujuan pemasaran mereka.

**Kunci: *Content Marketing, Influencer, Instagram, %Arabica***

**"Content Marketing Strategy through %Arabica Coffee Indonesia  
Influencers on Instagram"**

**SELLIA PUTRI**

---

**ABSTRACT**

*This research aims to explore content marketing strategies through influencers using the 4C components: context, communication, collaboration, connection. Content marketing strategies using influencers on the Instagram social media platform have become an effective approach for high-end coffee brands like %Arabica Coffee Indonesia. With a focus on strengthening its exclusive image and product quality, %Arabica Coffee Indonesia collaborates with influencers who have an affinity for the coffee industry or possess audiences relevant to their target market. Through influencer-produced content, the brand showcases visually appealing imagery, emphasizes the superior quality of its products, and delivers an exclusive coffee experience to its audience. Utilizing content marketing strategies with influencers on Instagram has become a crucial point in building and strengthening %Arabica Coffee Indonesia's brand relationship with its audience, providing a significant impact in achieving their marketing objectives.*

***Keywords: Content Marketing, Influencer, Instagram, %Arabic***



**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....ii

HALAMAN PENGESAHAN .....iii

KATA PENGANTAR .....iv

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....vi

ABSTRAK .....vii

ABSTRACT .....viii

DAFTAR ISI .....ix

DAFTAR GAMBAR .....xii

DAFTAR TABEL.....xiii

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Rumusan Masalah ..... 10

1.3 Tujuan Penelitian ..... 10

1.4 Manfaat Penelitian ..... 10

    1.4.1 Manfaat Teoritis ..... 10

    1.4.2 Manfaat Praktis ..... 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... 11

2.1 Konsep Yang Relevan ..... 11

    2.1.1 Komunikasi Pemasaran ..... 11

    2.1.2 Komunikasi Pemasaran Digital ..... 12

    2.1.3 Social Media Marketing ..... 14

        2.1.3.1 Instagram ..... 16

    2.1.4 Influencer Marketing ..... 18

2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....	20
2.3 Model Kerangka Pemikiran .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain dan Pendekatan.....	31
3.2 Objek dan Subjek .....	32
3.3 Pengumpulan Data .....	33
3.4 Analisis Data.....	36
3.5 Triangulasi Data.....	37
3.6 Operasional Konsep/Isu.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	41
4.1.1 Profile % Arabica Coffee Indonesia .....	41
4.1.2 Profile Informan .....	42
4.2 Penyajian Data .....	45
4.2.1 Social Media Marketing.....	45
4.2.1.1 Context .....	45
4.2.1.2. Communication .....	47
4.2.1.3 Collaboration.....	48
4.2.1.4 Connection .....	51
4.2.2 Instagram .....	51
4.2.2.1 Feeds.....	52
4.2.2.2 Stories .....	53
4.2.2.3 Reels .....	54
4.3 Pembahasan dan Diskusi .....	57
4.3.1 Pemanfaatan Media Sosial Instagram.....	57
4.3.2 Product Improvement .....	60

4.3.3 Insight Media Sosial .....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Kendala dan Keterbatasan .....	65
5.3 Saran dan Implikasi .....	65
5.3.1 Saran Teoritis .....	65
5.3.2 Saran Praktis .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67
LAMPIRAN .....	71
DOKUMENTASI.....	111

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 – Logo Arabica Indonesia .....	16
Gambar 1.2 - %Arabica Jakarta Roastery .....	16
Gambar 1.3 – Instagram Profil .....	17
Gambar 1.4 – Feeds Instagram.....	17
Gambar 1.5 – Instagram Profile .....	20
Gambar 1.6 – Feeds Instagram.....	20
Gambar 4.1 – %Arabica Jakarta Roastery .....	54
Gambar 4.2 – Amalia Ghaisani Putri (informan pertama) .....	55
Gambar 4.3 – Ananditya Rinaldi (Informan kedua) .....	56
Gambar 4.4 – Bisma Weldiyansyah Sukendar (Informan ketiga) .....	56
Gambar 4.5 – Salsabila Salwa (Informan keempat) .....	57
Gambar 4.6 – Joshua Sudihman (Informan kelima) .....	57
Gambar 4.7 – Instagram % Arabica Indonesia (Peningkatan Followers) .....	68
Gambar 4.8 – Instagram % Arabica Indonesia .....	69
Gambar 4.9 – Instagram % Arabica Indonesia (Influencer) .....	70

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 – Tabel Penelitian Sebelumnya .....	35
Tabel 2.2 – Model Kerangka Pemikiran .....	43
Tabel 3.1 – Operasionalisasi .....	51