

**EFEKTIVITAS INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
PADA “DAN INI KOPI” DENGAN PENDEKATAN SWOT**

**MUHAMMAD RIFQI VAZWAN**

**1702519050**



*Mencerdaskan dan  
Memantabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan  
Gelar Sarjana Terapan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN**

**PEMASARAN DIGITAL**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE EFFECTIVENESS OF INSTAGRAM AS A PROMOTIONAL  
MEDIA ON “DAN INI KOPI” WITH A SWOT APPROACH***

**MUHAMMAD RIFQI VAZWAN**

**1702519050**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was prepared to fulfill one of the requirements for obtaining an  
Applied Bachelor 's Degree at the faculty of Economics Jakarta State University*

***APPLIED GRADUATE STUDIES PROGRAM***

***DIGITAL MARKETING***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2024***

## ABSTRAK

**Muhammad Rifqi Vazwan, 2024; Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Pada “Dan Ini Kopi” Dengan Pendekatan SWOT Skripsi, Jakarta: Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas Instagram sebagai media promosi pada “Dan Ini Kopi” dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis SWOT. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan mengecek keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui dari nilai matriks IFAS dan EFAS pada efektivitas Instagram sebagai media promosi “Dan Ini Kopi”.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa “Dan Ini Kopi” terletak pada kuadran I yang mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth-oriented strategy*). Skor pada nilai matriks IFAS yaitu 2,89 dan skor nilai matriks EFAS sebesar 2,89. Pada matriks SWOT “Dan Ini Kopi” terletak di strategi SO yang mana perusahaan mampu memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada pada perusahaan. Sehingga ini cocok untuk “Dan Ini Kopi” untuk mengurangi kekurangan dan meminimalkan ancaman

**Kata kunci:** Efektivitas, Instagram, SWOT

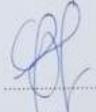
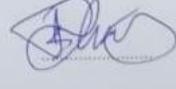
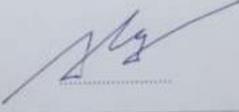
## **ABSTRACT**

***Muhammad Rifqi Vazwan, 2024; The Effectiveness of Instagram as a Promotional Media at “Dan Ini Kopi” with a SWOT Approach Thesis, Jakarta: D4 Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.***

*This research aims to find out the effectiveness of Instagram as a promotional media on “Dan Ini Kopi” using SWOT analysis. This research uses a qualitative approach with the SWOT analysis method. Data collection use observation, interview, and documentation methods by checking the validity of the data using data source triangulation. This research uses SWOT analysis to find out from the IFAS and EFAS matrix values on the effectiveness of Instagram as a promotional media for “Dan Ini Kopi”. Based on the result of the research that has been done, it can be concluded that “Dan Ini Kopi” is in quadrant I, where the company has opportunities and strengths so that it can take advantage of existing opportunities. The strategy that must be applied in this position is to support aggressive growth policies (growth -oriented strategy). The score on the IFAS matrix values is 2,89 and the EFAS matrix values score is 2,89. In the SWOT matrix “Dan Ini Kopi” is in the SO strategy where the company is able to take advantage of the opportunities and strengths that exist in the company. So that this is suitable for “Dan Ini Kopi” to reduce deficiencies and minimize threats.*

***Keyword: effectiveness, Instagram, SWOT***

## Lembar pengesahan

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Solikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Ketua Sidang)		25 Juni 2024
2	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP. 198702092015042001 (Penguji 1)		28 Juni 2024
3	Agung Kresnamurti Rivar P., ST, M.M. NIP. 197404162006041001 (Penguji 2)		16 Mei 2024
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP. 197206171999031001 (Pembimbing 1)		26 Juni 2024
5	Shandy Aditya, BIB., MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		28 Juni 2024

Nama : Muhammad Rifqi Vazwan  
No. Registrasi : 1702519050  
Program Studi : D4 Pemasaran Digital  
Tanggal Lulus : 30 April 2024

## LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 21 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Rifqi Vazwan

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi pada “Dan Ini Kopi” Dengan Pendekatan SWOT”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Sepanjang penulisan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing satu yang membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Shandy Aditya, BIB, MBPS selaku Dosen Pembimbing kedua yang membantu dan membimbing peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Kedua Orang tua dan keluarga yang telah memberikan semangat, doa dan motivasinya dalam menjalankan penelitian skripsi hingga selesai.
6. Hakim dan Niko yang selalu menyemangati dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman D4 Pemasaran Digital Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan kepada peneliti agar menyelesaikan skripsi ini.

8. Muhammad Dani Al Athar, S.E. selaku pemilik kedai “Dan Ini Kopi” yang telah mengizinkan dan kesempatan peneliti untuk melakukan penelitian
9. Ibnu Adam Syaputra selaku barista kedai “Dan Ini Kopi” yang telah membantu peneliti untuk melakukan penelitian.

Peneliti menyadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan dalam hal penulisan serta penyajiannya. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun. Peneliti berharap semoga laporan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 24 April 2024

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Rifqi Vazwan

