

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Pecahkopi.cirebon**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



Disusun Oleh :

ANDRA RAMADHAN

2108302187

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON**

2025

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Pecahkopi.cirebon**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)



2108302187

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON**

2025

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Pecahkopi.cirebon

ANDRA RAMADHAN
2108302187

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, media sosial telah menjadi elemen yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda yang aktif memanfaatkan berbagai platform untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, serta sebagai sarana hiburan. Salah satu *platform* media sosial yang sangat populer adalah Instagram. Instagram memiliki potensi besar dalam membangun *brand awareness*, terutama bagi bisnis yang ingin memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Akun Instagram @pecahkopi.cirebon menghadapi tantangan dalam memaksimalkan pemanfaatan media ini untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Kurangnya upaya yang optimal dalam membangun citra dan daya tarik menyebabkan produk dan layanan Pecah Kopi Cirebon belum sepenuhnya dikenal di kalangan audiens potensial. Tanpa adanya strategi komunikasi persuasif yang efektif, akun ini berisiko kalah bersaing di pasar media sosial yang semakin kompetitif. Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh Pecah Kopi Cirebon dalam mempromosikan produk mereka di Instagram, serta untuk menggali proses produksi konten yang mereka lakukan dalam rangka promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pecah Kopi Cirebon telah menerapkan strategi komunikasi persuasif yang baik dalam promosi produk mereka. Mereka merancang pembuatan konten dan memiliki strategi komunikasi persuasif dalam promosi di media social Instagram.

Kata kunci : *Komunikasi persuasif, Instagram, Brand awareness, Pecah kopi Cirebon, konten promosi*

ABSTRACT

ANALYSIS OF PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGY THROUGH THE USE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA @Pecahkopi.cirebon

ANDRA RAMADHAN

2108302187

Along with the rapid development of technology and information, social media has become a very important element in people's lives, especially among the young generation who are active in the society. In people's lives, especially among the younger generation who are actively utilize various platforms to communicate, get information, and as a means of entertainment. One of the most popular social media platform that is very popular is Instagram. Instagram has great potential in building brand awareness, especially for businesses that want to introduce their products to a wider audience. The Instagram account @pecahkopi.cirebon faces challenges in maximizing the utilization of this media to introduce products to a wider audience. Maximizing the use of this media to introduce products to consumers. The lack of optimal efforts in building image and attractiveness has caused Pecah Kopi Cirebon's products and services to not be fully recognized. Pecah Kopi Cirebon's products and services have not been fully recognized among potential audiences. Without an effective persuasive communication strategy, this account risks losing out in the increasingly competitive social media market. Persuasive communication is the process of delivering information that aims to influence the attitudes and behavior of the audience.

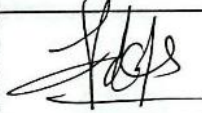
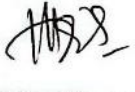
This research aims to find out the persuasive communication strategy used by Pecah Kopi Cirebon in promoting their products on Instagram, as well as to explore the content production process they do in order to promote their products. This research uses qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews, observation, and documentation.

Keywords: *Persuasive communication, Instagram, Brand awareness, Pecah Kopi Cirebon, Promotional content*

LEMBAR PENGESAHAN

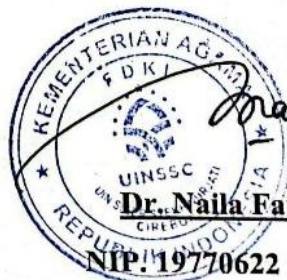
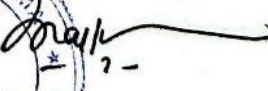
Skripsi berjudul “ Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram @Pecahkopi.cirebon” oleh Andra Ramadhan, NIM.2108302187, telah di munaqosahkan pada tanggal 20 Mei 2025 dihadapan dewan penguji dan dinyatakan LULUS.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 19911105 201903 1 013	28 Mei 2025	
Sekretaris Jurusan Rani Ika Wijayanti, M.Med Kom NIP. 19900514 201903 2 011	28 Mei 2025	
Penguji I Rani Ika Wijayanti, M.Med Kom NIP. 19900514 201903 2 011	28 Mei 2025	
Penguji II Dessy Kushardiyanti, MA NIP. 19931219 202012 2 016	28 Mei 2025	
Pembimbing I Cartono M.Kom.I NIP. 19860708 202321 1 016	28 Mei 2025	
Pembimbing II Syaeful Badar, MA NIP. 19680922 201411 1 001	28 Mei 2025	

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



Dr. Naila Farah, M.Ag
NIP. 19770622 201101 2 003

LEMBAR PERSETUJUAN

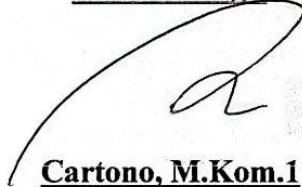
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF MELALUI PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @Pecahkopi.cirebon

Oleh :

Andra Ramadhan

NIM: 2108302187

Pembimbing I



Cartono, M.Kom.1

NIP. 19860708 202321 1 016

Pembimbing II



Syaeful Badar, MA

NIP. 19680922 201411 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan KPI



Abdu Zikrillah, M.Ds

NIP. 19911105 201903 1 013

NOTA DINAS

Kepada

Yth. Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini :

Nama : Andra Ramadhan

NIM : 2108302187

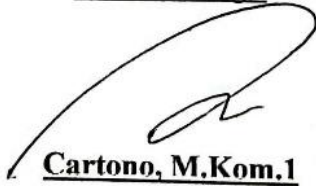
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram @Pecahkopi.cirebon

Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosahkan.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Cirebon, 14, Maret 2025

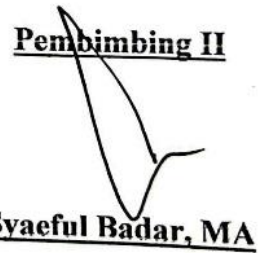
Pembimbing I



Cartono, M.Kom.1

NIP. 19860708 202321 1 016

Pembimbing II



Syaeful Badar, MA

NIP. 19680922 201411 1 001

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andra Ramadhan

Nim : 2108302187

Judul : Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram @Pecahkopi.cirebon

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana (S-1) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini Sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat , maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

UINSSC

Cirebon, 14 Maret 2025



Andra Ramadhan

NIM. 2108302187

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Cirebon pada tanggal 20 November 2002 dengan penuh kasih sayang penulis dibesarkan dan diberi nama Andra Ramadhan. Penulis adalah anak ketiga dari 2 bersaudara dan merupakan anak terakhir dari pasangan Ibu Ariya dan Bapak Dulhamid. Beralamat di Jalan Pangeran Kejaksan No. 15 RT.03 RW.03 Kelurahan Babakan Kecamatan Sumber Kabupaten Cirebon.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. TKIT Miftahul Jannah 2009-2010
2. SD Negeri 1 Babakan 2010-2016
3. SMP Negeri 2 Sumber 2016-2019
4. SMA Negeri 1 Sumber 2019-2021

Pada tahun yang sama penulis mengikuti program S-1 pada fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan telah melalui proses yang cukup panjang, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“ ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK DAN LAYANAN MELALUI AKUN INSTAGRAM @PECAHKOPI.CIREBON ”** di bawah bimbingan Bapak Cartono M.Kom.I dan Bapak Syaeful Badar, M.A. Semoga karya tulis yang dihasilkan penulis dapat bermanfaat positif bagi bidang akademil maupun non akademik.

MOTTO

**“HIDUP ADALAH PERJALANAN, BUKAN TUJUAN. NIKMATI SETIAP
LANGKAHNYA, PELAJARI SETIAP PELAJARAN, DAN HARGAI
SETIAP MOMEN YANG ADA “**



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur yang sangat mendalam kepada Allah SWT atas segala rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya akan mempersembahkan karya kecil ini untuk orang-orang yang memberikan semangat dan kasih sayang kepada penulis, sehingga penulis menjadi orang yang gigih, penuh semangat, dan tidak mudah menyerah.

1. Terima kasih kepada penulis yang sudah berjuang hingga saat ini tak kenal lelah untuk terus semangat menggapai impian demi membanggakan kedua orang tua. Pada akhirnya penulis telah selesai menyusun skripsi ini walau harus dengan air mata dan perjuangan yang sangat melelahkan. Penulis bangga bisa membiayai kuliah sendiri hingga masa perkuliahan telah usai.
2. Teruntuk orang tua penulis Bapak Dulhamid dan Ibu Ariya terimakasih banyak sudah menjadi orang tua yang sangat baik, mampu mendidik anak-anaknya dengan baik tanpa rasa lelah. Terimakasih atas doa-doa yang dipanjatkan untuk penulis yang tiada henti, penulis memohon maaf apabila belum menjadi anak yang membanggakan.
3. Terimakasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Bapak Cartonono M.Kom.I dan Bapak Syaeful Badar selaku dosen pembimbing penulis yang telah sabar membimbing penulis selama proses pembuatan skripsi.
4. Kepada Pecah Kopi Cirebon saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya sudah menerima penulis untuk bekerja dan sekaligus menjadi tempat penelitian penulis. Teruntuk Om Adi pengelola Pecah Kopi Cirebon terimakasih sudah memberikan jalan kepada penulis untuk berkembang di dunia kerja.
5. Teruntuk Lintang, Awa, Khilwa, dan Ayuba terimakasih telah menjadi teman yang supportif selama masa perkuliahan.
6. Terimakasih juga untuk Salma Desviana sebagai partner kerja dan main penulis
7. Teruntuk teman-teman KPI E terimakasih sudah kebersamaan selama masa perkuliahan dengan berbagai macam drama yang ada.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam, atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Penggunaan Media Sosial Instagram @Pecahkopi.cirebon”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon. Skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dan bimbinganserta motivasi dari berbagai pihak penulis. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan tetimakasi sebesar- besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Ibu Dr. Naila Farah, M.Ag , Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, FDKI Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.
4. Ibu Rani Inka Wijaya M.Med.Kom sebagai Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Cartonono M.Kom.I dan Bapak Syaeful Badar M.A. Terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi Penulis dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
6. Ibu Ike Hikmatiyah S.E, selaku staff jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan penulis mohon maaf yang sebesar besarnya. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Penulis

Cirebon, 14 Maret 2025

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
NOTA DINAS.....	vi
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Kajian Teori.....	8
1. Komunikasi Persuasif.....	8
2. Strategi komunikasi persuasif	9
3. Media sosial Instagram sebagai media promosi	15
4. Teori Promosi	11
5. Teori Media Sosial	16

B.	Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III.....		24
METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN		24
A.	Jenis Penelitian	26
B.	Pendekatan Penelitian.....	26
C.	Sumber Data	25
1.	Data Primer.....	25
2.	Data sekunder	26
D.	Waktu dan Tempat Penelitian	26
1.	Tempat.....	26
2.	Waktu	26
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
F.	Teknik Analisis Data.....	29
G.	Sumber Informasi	31
H.	Deskripsi Objek Penelitian	31
1.	Sejarah Perusahaan.....	31
2.	Visi Misi Perusahaan.....	32
3.	Struktur Perusahaan.....	33
4.	Filosofi Logo	34
BAB IV		36
HASIL DAN PEMBAHASAN		36
A.	HASIL PENELITIAN.....	36
1.	Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Instagram Pecah Kopi Cirebon	37
2.	Proses Pembuatan Konten	38
B.	PEMBAHASAN	68
1.	Strategi Komunikasi Persuasif pada Tahap Pra-Pembuatan Konten Instagram Pecah Kopi Cirebon	68
2.	Proses Pembuatan konten	74
BAB V.....		83
PENUTUP.....		83
A.	KESIMPULAN	83

B.	IMPLIKASI.....	84
1.	Implikasi Teoritis	84
2.	Implikasi Praktis	84
C.	SARAN	85
1.	Bagi Praktisi	85
2.	Bagi Akademisi	86
DAFTAR PUSTAKA.....		87
DAFTAR LAMPIRAN		90



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Instagram Pecah kopi Cirebon	4
Gambar 3. 1 Logo Pecah Kopi Cirebon	34
Gambar 4. 1 Tampilan postingan competitor sebagai bahan referensi pecah kopi Cirebon dalam membuat postingan Instagram.....	37
Gambar 4. 2 postingan reels Instagram pecah kopi cirebon yang diedit menggunakan aplikasi capcut	39
Gambar 4. 3 salah satu caption yang digunakan pada postingan feed pecah kopi cirebon.....	41
Gambar 4. 4 salah satu bentuk caption call to action pada postingan Instagram pecah kopi Cirebon	46
Gambar 4. 5 influencer yang pernah digunakan oleh pecah kopi Cirebon dalam promosi produk	49
Gambar 4. 6 Tampilan salah satu feed Instagram pecah kopi cirebon	52
Gambar 4. 7 Tampilan salah satu reels pecah kopi cirebon	55
Gambar 4. 8 Tampilan tagar dalam postingan Instagram pecah kopi cirebon	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Informan wawancara28

Tabel 3. 2 Struktur Perusahaan.....33

