

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM
MEMBANGUN *BRAND IMAGE* DI ANTAR KOPI
JEMBER**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ALWI SETYA BUDI HIDAYATULLOH

NIM.2210521046

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

APRIL 2026

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM
MEMBANGUN BRAND IMAGE DI ANTAR KOPI
JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah

Jember

Oleh

Alwi Setya Budi Hidayatulloh

2210521046

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

APRIL 2026



PERSEMBAHAN

Puji syukur bagi Tuhan yang Maha Esa dan Rasulullah SAW, serta dukungan dari Keluarga, Teman terdekat, dan Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember, dengan mengucapkan Allhamdulillah atas selesainya skripsi ini terselesaikan dalam waktu yang tepat. Dengan ini saya ingin mengucapkan banyak Terima Kasih Kepada :

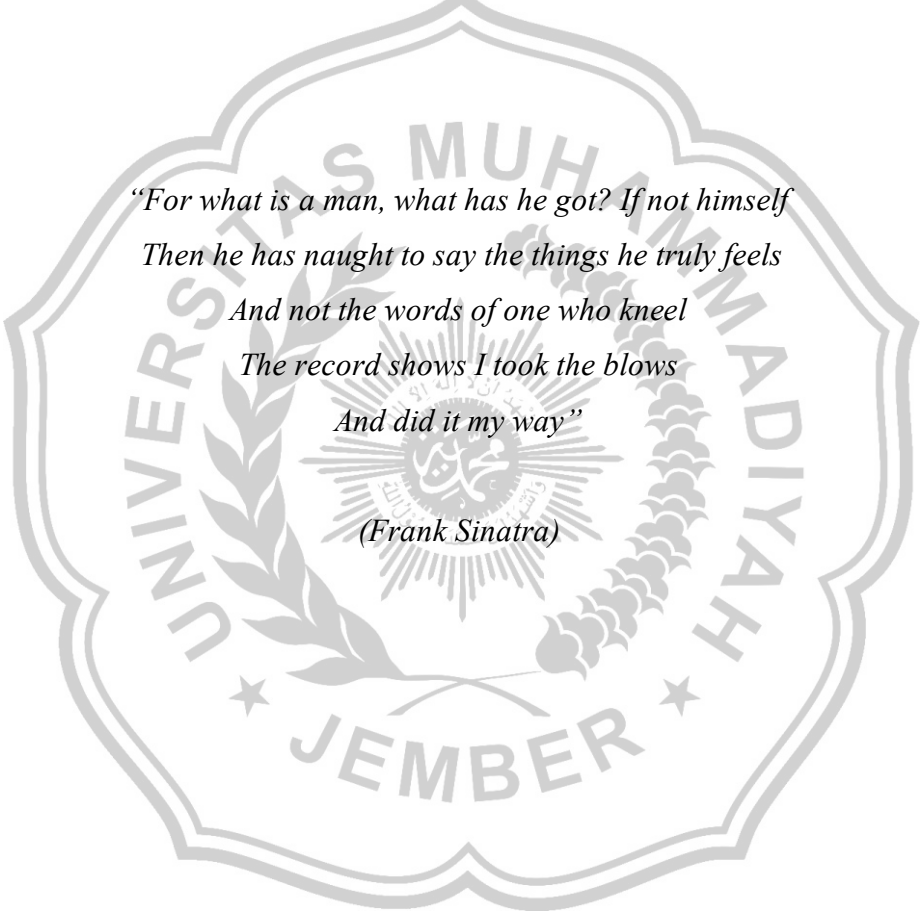
1. Allah SWT telah melimpahkan banyak Rahmat dan Ridho kepada saya untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember, Khususnya Ibu Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom sebagai dosen pembimbing yang senantiasa mengarahkan saya selama Menyusun Skripsi.
3. Diri saya sendiri yang telah berusaha dan bekerja keras dalam menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih telah menjadi pribadi yang lebih dewasa dan mampu mempertanggung jawabkan kewajiban selama masa kuliah. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang telah begitu keras mengusahakan segala bentuk usaha dalam proses tugas akhir ini.
4. Satu-satunya teman saya yang ikut andil sejak awal saya menginjak dunia kuliah hingga pada titik ini. Terimakasih telah banyak belajar bersama dan tumbuh saling tangguh sampai kami benar-benar bersama merampungkan tugas akhir di masa perkuliahan.
5. Keluarga dan teman-teman dekat saya yang hadirnya menjadi salah satu alasan tugas akhir ini akhirnya selesai. Terimakasih untuk segala bentuk dukungan yang begitu berarti dan sangat berperan banyak dalam proses ini.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah 5-6)



*“For what is a man, what has he got? If not himself
Then he has naught to say the things he truly feels
And not the words of one who kneel
The record shows I took the blows
And did it my way”*

(Frank Sinatra)

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alwi setya budi hidayatulloh
Nim : 2210521046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini saya tulis dengan berjudul “*Peran Digital Marketing dalam membangun brand image di Antar Kopi Jember*” merupakan hasil karya saya sendiri bukan pengambil-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan saya. Skripsi ini belum pernah di publikasikan sebelumnya sehingga tidak ada unsur plagiasi didalamnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hokum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 15 April 2025

Yang membuat pernyataan



Alwi Setya Budi Hidayatulloh

2210521046

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini yang berjudul “Peran Digital Marketing Dalam Membangun Brand Image Di Antar Kopi Jember”

Oleh :

Alwi Setya Budi Hidayatulloh
2210521046

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji,

Jember, 23 April 2026

Pembimbing



Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom

NIDN. 0701047701

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Alwi Setya Budi Hidayatulloh, NIM : 2210521046 ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember, pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 23 April 2026
Tempat : Lab Public Relation FISIPOL Ilmu Komunikasi Unmuh Jember

Tim Penguji :

Ketua,



Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom

NIDN. 0701047701

Sekretaris,



Suyono, SH.,M.I.Kom

NIDN. 0705086503

Anggota,

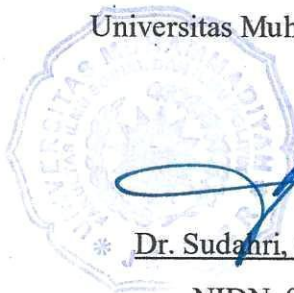


Kukuh Pribadi, S.I.Kom., MA.

NIDN. 0721059104

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember



Dr. Sudabri, S.Sos.,M.I.Kom

NIDN. 0704067901

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alwi Setya Budi Hidayatulloh
Nim : 2210521046
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalt-Free Right)**

Karya ilmiah saya yang berjudul “Peran *Digital Marketing* Dalam Membangun *Brand Image* Di Antar Kopi Jember)” Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jember

Pada Tanggal: 15 April 2026

Menyatakan



Alwi Setya Budi Hidayatulloh

2210521046

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji dan syukur kepada Allah SWT yang sentiasa memberikan kelimpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis serta memberikan kesehatan, kesempatan, kemudahan, dan melampangkan pemikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran *Digital Marketing* Dalam Mmembangun *Brand Image* Di Antar Kopi Jember”.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa hasil pengerjaan skripsi ini tidak sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi substansi dan penulisannya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat selesai tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak baik dalam bentuk ide semangat, doa, maupun materi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih:

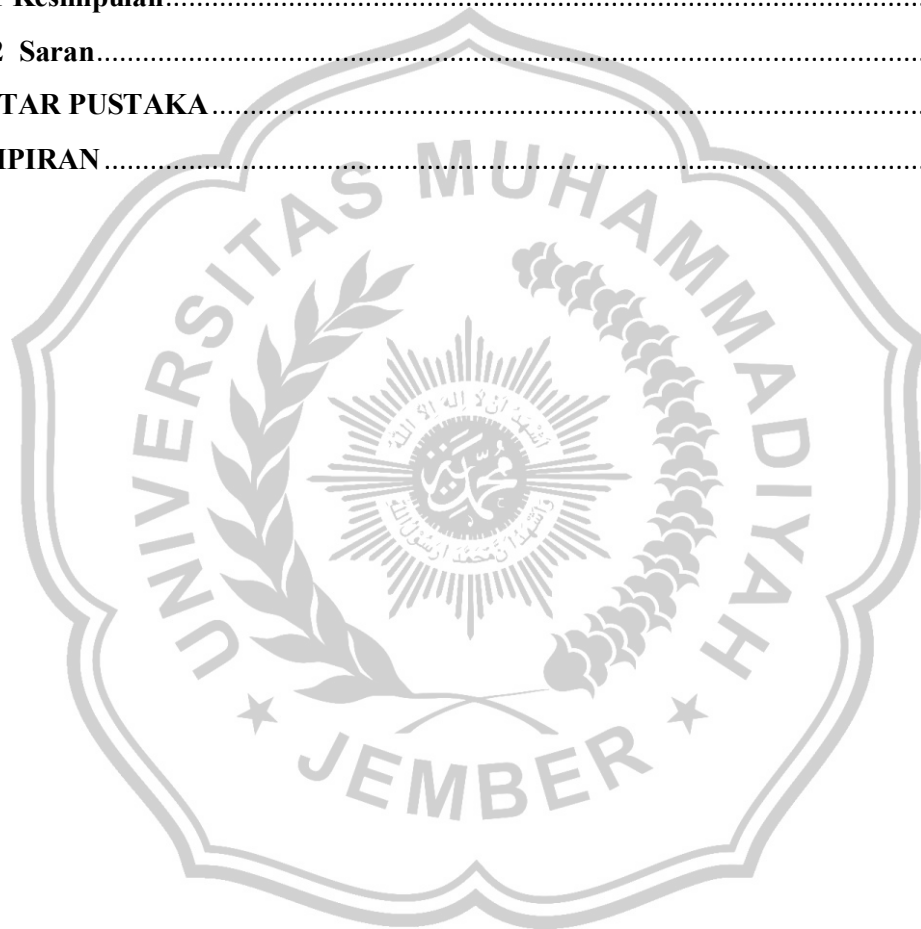
1. Bapak Dr. Sudahri, S.Sos., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosisal dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember
2. Bapak Kukuh Pribadi, S.I.Kom., M.A_ selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Ari Susanti, S.Sos.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran, dan tenaga untuk mengarahkan dan membimbing saya Bahan menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas semua ilmu dan pengalaman yang diajarkan kepada saya selama menempuh masa perkuliahan Universitas Muhammdiyah Jember.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan semua pihak yang telah membantu mendapat balasan yang luar biasa dari Allah SWT. Saya berharap nantinya penulisan skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Definisi Digital Marketing.....	13
2.2.3 Hambatan Komunikasi Pada Digital Marketing	19
2.2.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	23
2.3 Kerangka Berfikir	24
BAB III.....	27
METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	28
3.3. Sumber Data	29
3.3.1. Sumber Data Primer.....	29
3.3.2. Sumber Data Sekunder.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5. Teknik Analisis Data	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	34
4.1.1 Profil dan Sejarah ANTAR KOPI Jember	34
4.1.2 Visi, Misi, dan Nilai Usaha	34

4.1.3 Pemanfaatan Media Digital.....	35
4.2 Hasil Dan Pembahasan.....	35
4.2.1 Peran digital marketing dalam membangun brand image di ANTAR KOPI Jember.....	35
4.2.2 Hambatan komunikasi yang dihadapi dalam aktivitas Digital Marketing ANTAR KOPI Jember	44
BAB V.....	47
KESIMPULAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Performa akun @antarkopi.jbr	5
Gambar 2. Performa akun @kopikelingan	6
Gambar 3. Performa akun @sedekatkopi	6
Gambar 4. Performa akun @semacamkopi	7
Gambar 5. <i>Linktree</i> ANTAR KOPI	36
Gambar 6. Gambar alat ANTAR KOPI	37
Gambar 7. Gambar Armada ANTAR KOPI	37
Gambar 8. <i>Screenshot Caption</i> ANTAR KOPI	37
Gambar 9. Gambar kolaborasi akun Instagram Antar Kopi	39
Gambar 10. <i>Screenshot</i> Jangkauan Instagram Ads Antar Kopi	39
Gambar 11. <i>Flayer Promo</i> Antar Kopi	40
Gambar 12. Gambar Acara Antar Kopi	41
Gambar 13. <i>Flayer</i> Kerja sama B2B Antar Kopi	42

