

**PENGARUH *INDIRECT PROMOTION* TERHADAP  
PENINGKATAN KUNJUNGAN KONSUMEN KE SELLIE  
COFFEE (STUDI KASUS FILM ADA APA DENGAN CINTA 2)**

**Skripsi**

**Diajukan kepada Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
sebagai persyaratan guna memperoleh  
derajat Sarjana Pertanian**

**Disusun oleh:  
Iradat Ungkai Megah  
2012 022 0042  
Program Studi Agribisnis**

**FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2017**

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas ridho dan rahmatNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "PENGARUH INDIRECT PROMOTION TERHADAP PENINGKATAN KUNJUNGAN KONSUMEN KE SELLIE COFFEE (STUDI KASUS FILM ADA APA DENGAN CINTA 2)", sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh derajat Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini dapat diselesaikan karena bantuan dari berbagai pihak, maka saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, Edi Haryono dan Dra.Bariroh yang selalu mendukung, memotivasi, memberi serta mendoakan dalam setiap langkah yang saya lakukan untuk mencapai kesuksesan dan kebahagiaan. Terima kasih atas segala yang tak sanggup tuliskan dalam kata. Bapak, Ibu, aku cinta padamu.
2. Dr. Ir. Indardi, M.Si selaku dosen pembimbing utama skripsi, terimakasih telah memberikan ujian mental, berbagai saran dan beragam pesan sehingga saya menjadi termotivasi untuk membuktikan apa yang saya yakini dalam penelitian ini.

3. Ir. Siti Yusi Rusimah, MS selaku dosen pembimbing pendamping skripsi, terimakasih atas segala ketelitian, perhatian dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini penuh antusias.
4. Ir. Sarjijah, MS selaku dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ir. Eni Istiyanti, MP selaku ketua Prodi Agribisnis, terimakasih telah memberikan banyak bantuan dan perhatian kepada mahasiswa “malas” seperti saya.
6. Wisnu Birowo selaku pemilik Sellie Coffee, yang telah bermurah hati membuka kesempatan bagi saya untuk meneliti fenomena yang terjadi pada Sellie Coffee, juga membagi setiap ilmu dan pengalamannya mengelola kedai.
7. Saudara-saudaraku, Kibar Muhammad Pembela, Jihad Penakar Bulan, dan Maryam Shad yang selalu menginspirasi saya untuk berbuat lebih dalam setiap keberhasilan yang telah kalian capai. Kakak dan adik, aku cinta padamu.
8. Keluarga besar Teater Tangga, yang telah membuka cakrawala pikiran saya dengan segala kesempatan dan pengalaman berkesenian, mengubah cara pandang dalam menyikapi hidup, juga menjadi keluarga kedua dengan segala peluk hangat yang telah diberikan secara cuma-cuma.
9. Teman-teman Pekalongan, senasib-sepenanggungan, Reza Renaldi, Irianti Ayu Indah Permatasari, Abdul Aziz dan Muhlisin, terima kasih atas

persaudaraan tanpa pamrih, kebaikan tanpa batas, dan dorongan tanpa meninggalkan.

10. Teman-teman seperjuangan, Suradi, Irfan, Elkana, Carlita, Eka, Atma, Rifky, Rian Debi dan teman-teman Agribisnis 2012 lainnya yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan semangat.
11. Teman-teman Agribisnis 2013, yang telah banyak memberi pertolongan.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sehingga kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Yogyakarta, 30 Mei 2017

Iradat Ungkai Megah

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| KATA PENGANTAR.....                                  | i       |
| DAFTAR ISI.....                                      | iv      |
| DAFTAR GAMBAR.....                                   | vi      |
| DAFTAR TABEL.....                                    | vi      |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                 | vii     |
| INTISARI .....                                       | vii     |
| ABSTRACT.....  | ix      |
| I. Pendahuluan.....                                  | 1       |
| A. Latar Belakang.....                               | 1       |
| B. Rumusan Masalah.....                              | 4       |
| C. Tujuan Penelitian.....                            | 4       |
| D. Kegunaan Penelitian.....                          | 4       |
| II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI.....                   | 6       |
| A. Tinjauan Pustaka.....                             | 6       |
| 1. Kedai Kopi.....                                   | 7       |
| 2. <i>Indirect Promotion</i> .....                   | 7       |
| 3. Efek Komunikasi Masa .....                        | 13      |
| 4. Efek Film.....                                    | 19      |
| B. Penelitian Terdahulu.....                         | 22      |
| C. Kerangka Pemikiran.....                           | 23      |
| III. METODE PENELITIAN.....                          | 26      |
| A. Teknik Pengambilan Responden.....                 | 26      |
| 1. Penentuan Lokasi Penelitian.....                  | 26      |
| 2. Pengambilan Responden.....                        | 27      |
| B. Metode Pengumpulan Data.....                      | 29      |
| C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 30      |
| D. Teknik Analisis Data.....                         | 33      |
| IV. GAMBARAN UMUM SELLIE COFFEE.....                 | 34      |
| A. Sejarah Sellie Coffee.....                        | 35      |
| B. Lokasi Sellie Coffee.....                         | 38      |
| C. Fasilitas Sellie Coffee .....                     | 38      |

|   |   |    |
|---|---|----|
| D. Manajemen Sellie<br>Coffee.....  | <b>Error! Bookmark<br/>not defined.</b> | 40 |
| E. Menu Sellie Coffee.....  |   | 42 |
| V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....  |   | 45 |
| A. Profil Responden.....  |   | 48 |
| B. Proses Indirect Promotion dari Film Ada Apa Dengan Cinta 2.....                                |   | 48 |
| 1. Sekilas Film Ada Apa Dengan Cinta 2.....   |   | 52 |
| 2. Keikutsertaan Sellie Coffee ke dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2.....                          |   | 53 |
| 3. Proses <i>Indirect Promotion</i> Konsumen Sellie Coffee.....                                   |   | 56 |
| 4. Respon Sellie Coffee dan Konsumen terkait Peningkatan Kunjungan.....                           |   | 62 |
| C. Peningkatan Kunjungan Konsumen Sellie Coffee dari Efek <i>Indirect<br/>    Promotion</i> ..... |   | 66 |
| 1. Citra Sellie Coffee dalam Film Ada Apa Dengan Cinta 2.....                                     |   | 66 |
| 2. Pengaruh <i>Indirect Promotion</i> terhadap Peningkatan Kunjungan<br>Konsumen.....             |   | 78 |
| 3. Pengaruh <i>Indirect Promotion</i> terhadap Sellie Coffee.....                                 |   | 82 |
| VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....   |   | 92 |
| A. Kesimpulan.....  |   | 92 |
| B. Saran.....   |   | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA.....   |   | 95 |
| LAMPIRAN.....   |   | 97 |

## DAFTAR GAMBAR

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Gambar 1. Model Bagan Pengaruh Komunikasi.....                              | 25             |
| Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....   | 43             |
| Gambar 3. Struktur Manajemen Sellie Coffee.....                             | 56             |
| Gambar 4. Alur Keikutsertaan Sellie Coffee ke dalam film.....               | 57             |
| Gambar 5. Proses indirect promotion terhadap konsumen.....                  | 65             |
| Gambar 6. Ruang tambahan setelah renovasi Sellie Coffee.....                | 69             |
| Gambar 7. Tampilan Sellie Coffee dalam <i>frame</i> film.....               | 73             |
| Gambar 8. Ketegangan sifat adegan yang tergambar dari raut wajah aktor..... | 88             |
| Gambar 9. (i) Penggunaan dialog film, (ii) Penggunaan puisi film.....       | 90             |

## DAFTAR TABEL

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Tabel 1. Daftar Menu Minuman Sellie Coffee.....                               | 45             |
| Tabel 2. Daftar Menu Makanan Sellie Coffee.....                               | 46             |
| Tabel 3. Profil konsumen kopi di Sellie Coffee (bulan Maret tahun 2017) ..... | 48             |
| Tabel 4. Data Pendapatan Sellie Coffee (bulan April 2016) .....               | 84             |
| Tabel 5. Presentase Kenaikan Pendapatan Sellie Coffee.....                    | 84             |

## DAFTAR GAMBAR

|   | <b>Halaman</b> |
|---|----------------|
| Lampiran 1. Dekorasi dan suasana Sellie Coffe.....                  | 98             |
| Lampiran 2. Fasilitas tambahan Sellie Coffee.....                   | 99             |
| Lampiran 3. Perbincangan terkait Sellie Coffee di media sosial..... | 100            |
| Lampiran 4. Tulisan Irvan Sjafari di Kompasiana.com.....            | 102            |