

**STRATEGI PROMOSI ONLINE MAKEN LIVING DALAM MENCAPAI
TARGET OMSET PENJUALAN PRODUK DEKORASI RUMAH
PERIODE 2016-2017**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasai
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

NURUL MUFIDA

20140530114

Dosen Pembimbing

Haryadi Arief Nur Rasyid S.IP., M.Sc.

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

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 21 Agustus 2018
Tempat : Ruang Fotografi
Nilai :


SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


(Haryadi Arief Naur Rasyid, S.IP., M.Sc.)

Penguji I

Penguji II


(Dr. Suciati, S.Sos., M.Si)


(Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S1)

Tanggal


(Haryadi Arief Naur Rasyid, S.IP., M.Sc.)
NIK 1970122199702 163 051

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Mufida

NIM : 20140530114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Konsentrasi : *Advertising*

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Judul Skripsi : Strategi Promosi Online Maken Living Dalam Mencapai
Target Omset Penjualan Produk Dekorasi Rumah Periode
2016-20-17

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang di kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 15 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan



Nurul Mufida

HALAMAN PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Online Maken Living dalam Mencapai Target Omset Penjualan Produk Dekorasi Rumah Periode 2016-2017” Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sekaligus sebagai penerapan teori yang telah diperoleh penulis selama berada di bangku kuliah. Penulis ingin mengucapkan terimakasih atas berbagai dukungan dalam membantu proses studi dan penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyo, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP, MSc selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan untuk memberikan bimbingan, saran, kritik, dan dukungan untuk penulis selama proses penulisan skripsi.
4. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji I atas saran dan arahnya mengenai penulisan skripsi ini.

5. Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji II atas saran dan arahnya mengenai penulisan skripsi ini.
6. Para Staf dan Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Team Maken Living, Fauzan Adi Nugraha selaku pemilik Maken Living, Yuvita Finishia selaku marketing, Deni Aprizal selaku produksi, Ahya Agawis selaku desain grafis dan Arin Agustin selaku admin serta *customer service*.

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja. Penulis berharap skripsi ini dapat diterima dan dapat dijadikan masukan yang berarti bagi keberhasilan dan kebaikan semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 15 Agustus 2018

Nurul Mufida
20140530114

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'amin, penulis akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini.

Sujud serta syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, sehingga proses skripsi yang telah dijalankan dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaab Rasulullah Muhammad SAW.

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sebagai almamater kebanggaan penulis.

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi, sebagai tempat perjalanan menuntut ilmu.

Muhammad Djarot dan **Dyah Arsida Wardani**, kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan serta memberikan kasih sayang yang tak terhingga. Penulis percaya bahwa setiap usaha atau proses adalah berkat hasil doa dari orang tua.

Intang Taqdirina, Gilang Firdaus, Nadya Ayu Fauzia, Nur Aliya, dan Nur Anissa, saudara saya yang saya cintai dan banggakan

Terimakasih saya ucapkan kepada :

- **Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP., M.Sc.**

Pembimbing dan dosen yang telah meluangkan waktu untuk membimbing serta memberika saran dan kritik selama bimbingan skripsi ini.

- **Tim Maken Living**

Fauzan Adi Nugraha, Yuvita Finishia, Deni Aprizal, dan Arin Agustin yang telah membantu saya dalam melakukan penelitian hingga selesai.

- **Teman-teman**

Seluruh teman komunikasi angkatan 2014, teman konsentrasi periklanan angkatan 2014, sahabatku vita, dian, galih, dhara, sita yang sudah menyemangati dalam proses skripsi, serta teman bimbingan bapak haryadi semoga selalu diberi kelancaran untuk kalian semua.

- **Semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan skripsi**

Terimakasih banyak atas semua doa, dukungan, dan bantuan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PENGANTAR | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Permasalahan | 12 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 12 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 12 |
| 1. Manfaat Teoritis | 12 |
| 2. Manfaat Praktis..... | 12 |
| E. Kajian Teori | 13 |
| 1. Strategi Promosi Online | 14 |
| 2. Bauran Komunikasi Online..... | 41 |
| 3. Evaluasi Promosi..... | 46 |
| F. Metode Penelitian | 48 |
| 1. Jenis Penelitian | 48 |
| 2. Lokasi Penelitian | 51 |
| 3. Teknik Penelitian Data | 51 |
| a. Wawancara..... | 51 |
| b. Dokumentasi..... | 52 |
| 4. Sumber Data | 53 |
| a. Data Primer | 53 |

| | |
|--|-----------|
| a. Data Sekunder..... | 54 |
| 5. Teknik Pengumpulan Informan..... | 54 |
| 6. Teknik Analisis Data..... | 56 |
| 7. Uji Validitas Data..... | 58 |
| 7. Sistematika Penulisan..... | 59 |
| BAB II GAMBARAN UMUM MAKEN LIVING | 61 |
| A. Profil Maken Living..... | 61 |
| B. Visi, Misi, dan Tujuan Maken Living..... | 62 |
| C. Layanan atau produk yang ditawarkan Maken Living..... | 62 |
| D. Daftar Harga Produk..... | 73 |
| E. Struktur Perusahaan Maken Living..... | 74 |
| F. Deskripsi Pekerjaan..... | 74 |
| G. Logo..... | 77 |
| BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA | 78 |
| A. Sajian Data..... | 78 |
| 1. Perencanaan Strategi Promosi..... | 79 |
| a. Mengidentifikasi Target Audiens..... | 79 |
| b. Menentukan Tujuan Aktifitas Promosi..... | 82 |
| c. Membuat Isi Pesan..... | 88 |
| d. Mengembangkan Perencanaan Media..... | 92 |
| e. Penetapan Jumlah Anggaran Promosi..... | 102 |
| 2. Pelaksanaan Promosi <i>Online</i> Maken Living..... | 105 |
| a. <i>Advertising Online</i> | 105 |
| b. <i>Sales Promotion Online</i> | 109 |
| c. <i>Publicity/Public Relations Online</i> | 112 |
| d. <i>Personal Selling Online</i> | 115 |
| e. <i>Direct Marketing Online</i> | 118 |
| 3. Evaluasi Eektivitas Promosi..... | 120 |

| | |
|--|------------|
| B. Analisis Data | 124 |
| 1. Analisis Perencanaan Strategi Promosi | 124 |
| a. Mengidentifikasi Target Audiens | 125 |
| b. Menentukan Tujuan Aktifitas Promosi..... | 127 |
| c. Membuat Isi Pesan..... | 128 |
| d. Mengembangkan Perencanaan Media | 129 |
| e. Penetapan Jumlah Anggaran Promosi | 133 |
| 2. Analisis Pelaksanaan Promosi <i>Online</i> Maken Living | 134 |
| a. <i>Advertising Online</i> | 134 |
| b. <i>Sales Promotion Online</i> | 136 |
| c. <i>Publicity/Public Relations Online</i> | 138 |
| d. <i>Personal Selling Online</i> | 139 |
| e. <i>Direct Marketing Online</i> | 140 |
| 3. Analisis Evaluasi Eektivitas Promosi | 141 |
| BAB IV PENUTUP | 142 |
| A. Kesimpulan | 142 |
| B. Saran | 144 |
| DAFTAR PUSTAKA | 145 |
| LAMPIRAN..... | 148 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Tampilan Halaman <i>Facebook</i> Maken Living..... | 6 |
| Gambar 1.2 Tampilan Halaman <i>Instagram</i> Maken Living..... | 6 |
| Gambar 1.3 Tampilan Halaman <i>Website</i> Maken Living..... | 7 |
| Gambar 1.4 Perancangan Komunikasi Pemasaran..... | 18 |
| Gambar 1.5 Model AIDA | 19 |
| Gambar 1.6 Merancang Pesan..... | 21 |
| Gambar 1.7 Saluran Komunikasi | 22 |
| Gambar 1.8 Efektifitas Pengguna Internet | 38 |
| Gambar 1.9 Perancangan Website Toko Online | 7 |
| Gambar 2.1 Frame Ready Design dengan Tema | 63 |
| Gambar 2.2 Frame Ready Design dengan Tema | 63 |
| Gambar 2.3 Frame Ready Design dengan Tema | 64 |
| Gambar 2.4 Frame Ready Design dengan Tema | 64 |
| Gambar 2.5 Frame Custom Design..... | 65 |
| Gambar 2.6 Styled Wood..... | 67 |
| Gambar 2.7 Postcard Indonesia Bagus | 68 |
| Gambar 2.8 Postcard Bakul Jamu | 69 |
| Gambar 2.9 Postcard Visit Indonesia 2089..... | 70 |
| Gambar 3.1 Postcard Pembatik..... | 71 |
| Gambar 3.2 Side Product | 72 |
| Gambar 3.3 Daftar Harga..... | 73 |
| Gambar 3.4 Produk Maken Sebagai Hadiah | 82 |
| Gambar 3.5 Produk Maken Sebagai Dekorasi Rumah..... | 82 |
| Gambar 3.6 Visual Content <i>Instagram</i> | 84 |
| Gambar 3.7 Visual Content <i>Facebook</i> | 85 |
| Gambar 3.8 Visual Content <i>Website</i> | 85 |
| Gambar 3.9 Pemesanan Desain..... | 87 |
| Gambar 4.1 Pemesanan Desain..... | 88 |
| Gambar 4.2 Pembuatan Visual Content..... | 90 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.3 Pembuatan Jadwal Konten | 91 |
| Gambar 4.4 Pembuatan Copy Writter | 91 |
| Gambar 4.5 Konten <i>Facebook</i> | 96 |
| Gambar 4.6 <i>Facebook ads</i> | 96 |
| Gambar 4.7 Konten Video <i>Instagram</i> | 99 |
| Gambar 4.8 Konten Gambar <i>Instagram</i> | 99 |
| Gambar 4.9 Konten Gambar Website | 101 |
| Gambar 5.1 <i>Whatsapp Order Link</i> | 102 |
| Gambar 5.2 Estimasi <i>Biaya Paid Promote dan Endorse</i> | 104 |
| Gambar 5.3 Estimasi Biaya <i>Facebook Ads</i> | 104 |
| Gambar 5.4 <i>Paid Promote</i> | 107 |
| Gambar 5.5 <i>Endorse Selebgram</i> | 108 |
| Gambar 5.6 Unggah Produk <i>Facebook ads</i> | 108 |
| Gambar 5.7 <i>Facebook ads Demografis</i> | 109 |
| Gambar 5.8 Penambahan Packaging Khusus..... | 111 |
| Gambar 5.9 Promo Hari Khusus | 111 |
| Gambar 6.1 Konten Kuis | 113 |
| Gambar 6.2 <i>Give Away</i> | 114 |
| Gambar 6.3 Testimoni <i>Customer</i> | 114 |
| Gambar 6.4 Respon Pemesanan <i>Line</i> | 116 |
| Gambar 6.5 Respon Pemesanan <i>Email</i> | 117 |
| Gambar 6.6 Respon Pemesanan <i>Whatsapp</i> | 117 |
| Gambar 6.7 <i>Broadcast Promo</i> | 119 |
| Gambar 6.8 <i>Broadcast Promo</i> | 120 |
| Gambar 6.9 Evaluasi Pelayanan Kepada Konsumen | 117 |
| Gambar 7.1 Evaluasi Pelayanan Kepada Konsumen | 122 |
| Gambar 7.2 <i>Evaluasi Tim Maken Living</i> | 123 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Marketplace Pebisnis Dekorasi Rumah di Yogyakarta..... | 4 |
| Tabel 1.2 Target Serta Realisasi Penjualan Pertahun 2016-2017 | 9 |
| Tabel 1.3 Saluran Komunikasi | 23 |
| Tabel 1.4 Promosi Online Rangkuti | 44 |
| Tabel 1.5 Promotion Mix Belch..... | 45 |