

**STRATEGI PROMOSI ONLINE MAKARONI HUHHAH UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2017**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH :
LIGA DAMEINDRA
20080530014**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Liga Dameindra
Nim : 20080530014
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcasting
Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 2018

(Liga Dameindra)

MOTTO

**“JAWABAN SEBUAH KEBERHASILAN ADALAH TERUS BELAJAR DAN
TAK KENAL PUTUS ASA “**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, rezeki, dan kesabaran untuk Ku dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih yang tak terhingga untuk Alm Papa, Bapak dan Ibu, yang telah sabar dan memberikan dukungan materi untuk perjuanganku ini.

Terima kasih untuk Kakakku semua, yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih untuk kekasihku Prilly Ariska yang selalu ada membantu, mengingatkan dan memotivasi di saat aku lelah berjuang.

Terima kasih untuk dosen pembimbingku yang selalu sabar dalam membimbing hingga selesai skripsi ini.

Dan tak lupa temen- temen semua, aku ucapkan terima kasih untuk semua kebaikan kalian semoga dimasa yang akan datang kita sukses semua aamiin.

KATA PENGANTAR

Bissmilahrrahmannirrahim

Alhamdulillahirabbilalamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Strategi Promosi Online Makaroni HuhHah Untuk Meningkatkan Penjualan Tahun 2017.” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh sarjana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis.

Atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan skripsi ini, penulis sangat mengharap masukan, kritik, dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Cukup banyak keulitan yang penulis temui dlam penulisan skripsi ini, tetapi Alhamdulillah dapat diatasi dan diselesaikan dengan baik.

Selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, dengan kerendahan hati, penulis ingin memnyapaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya :

1. Orang Tua dan keluarga atas doa, dukungan, perhatian dan segala jerih payah yang dilakukan agar penulis tetap lancar dalam menyelesaikan skripsi.

2. Ibu Dr. Suciati, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang penuh kesabaran serta pengertian dalam memberikan bimbingan dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si dan Bapak Zudhan Aziz, S.IP, S.Sn, M.Sn, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan banyak sekali masukan kepada penulis dalam sidang pendadaran.
4. Mas Johan Arga, selaku owner Makaroni HuhHah yang tlah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di Makaroni HuhHah.

Yogyakarta,2018

Penulis

Liga Dameindra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	9
1. Strategi Promosi.....	9
2. Strategi Promosi Online.....	11
3. Media Promosi Online	13
4. Instagram.....	15
5. Evaluasi Promosi Melalui Instagram	17
F. Penelitian Terdahulu	19

G. Metode Penelitian	23
1. Jenis Penelitian.....	23
2. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3. Teknik Analisis Data.....	25
4. Keabsahan Data	25
5. Lokasi Penelitian.....	26
H. Sistematika Penulisan	27
BAB II MACARONI HUHHAH YOGYAKARTA	28
A. Awal Usaha Macaroni Huhhah.....	28
B. Produk.....	29
C. Lokasi Usaha.....	29
D. Managemen Pemasaran	33
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	36
A. Sajian Data.....	36
1. Mengidentifikasi Segmentasi Pasar	36
2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	36
3. Memilih Saluran Komunikasi.....	37
4. Mengalokasikan Total Anggaran Promosi.....	40
5. Instrumen Promosi pada Instagram	40
6. Merancang Pesan	49
B. Pembahasan	74
1. Mengidentifikasi Segmentasi Pasar	74

2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	76
3. Memilih Saluran Komunikasi.....	77
4. Mengalokasikan Total Anggaran Promosi.....	78
5. Merancang Pesan	79
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Media Promosi Makaroni	2
Tabel 2. Jumlah Followers di Media Sosial per Maret 2018	7
Tabel 3. Target dan Realisasi Penjualan Makaroni Huhhah Tahun 2015 – 2017	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan dan nomor telepon pada laman facebook Makaroni Ngehe	3
Gambar 2. <i>Direct marketing</i> pada halaman Instagram Makaroni Huhhah	4
Gambar 3. Sales Promotion pada halaman Instagram Makaroni Huhhah tahun 2017	4
Gambar 4. Ucapan selamat Idul Adha untuk Menjaga Hubungan baik dengan Publik	5
Gambar 5. Arga Pramudya, Owner Makaroni Huhhah tahun 2018	29
Gambar 6. Rasa Original	30
Gambar 7. Rasa Original	30
Gambar 8. Makaroni Rasa Keju, 2018	31
Gambar 9. Makaroni Rasa Rumput Laut, 2018	32
Gambar 10. Logo Makaroni Huhhah, 2018	33
Gambar 11. Struktur organisasi kerja Huhhah.....	34
Gambar 12. Percakapan admin dengan calon konsumen.....	39
Gambar 13. Bio Huhhah	41
Gambar 14 Penggunaan <i>Hashstag</i>	43
Gambar 15. Pesan Huhhah melalui Gojek.....	45
Gambar 16. Aneka Camilan Huhhah.....	46
Gambar 17. Percakapan Admin dan Konsumen Menggunakan DM.....	48
Gambar 18. Penggunaan Hashtag dalam Postingan Produk Mielidi level 5	51
Gambar 19. Mielidi level 5 di #camilan	52
Gambar 20. Mielidi level 5 di #resellercemila.....	53
Gambar 21. Mielidi level 5 di #mielidikekinian.....	53
Gambar 22. Postingan yang menampilkan Konsumen	54
Gambar 23. Turis Asing Membeli Produk Huhhah di Outlet.....	56
Gambar 24. Perbedaan Huhhah dengan Merk Lain.....	57
Gambar 25 Perbedaan Huhhah dengan Merk Lain.....	58
Gambar 26.Video Mahasiswa Belajar bersama Makaroni Huhhah.....	59

Gambar 27. Percakapan Admin dan Konsumen di instagram	60
Gambar 28. Promo: Diskon, Voucher, Jumat Berkah dan Senin Ceria.....	61
Gambar 29. Promosi Jumat Ceria	63
Gambar 30. Diskon Parcel Lebaran	64
Gambar 31. Video diskon parcel lebaran.....	65
Gambar 32. Posting <i>Give Away</i>	66
Gambar 33. 72 Tahun Indonesia Kerja Bersama	68
Gambar 34. Postingan selamat idul adha 1438H	69
Gambar 35. Postingan Hari Pahlawan 10 November 2017	70
Gambar 36. Postingan Selamat Idul Fitri 1438 H	71
Gambar 37. Postingan Ucapan Selamat Berbuka Puasa	72
Gambar 38. Postingan <i>Have a Nice Friday</i>	73