

**STRATEGI PROMOSI BOEDIMAN JR BARBERSHOP YOGYAKARTA DALAM
UPAYA MENINGKATKAN KONSUMEN MELALUI MEDIA INSTAGRAM TAHUN
2017**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Andi Arapa

20120530200

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Andi Arapa

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul “Strategi promosi Boediman jr barbershop melalui media instagram tahun 2017” adalah hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 25 Juli 2019

Andi Arapa

MOTTO

Berjuanglah, karena yang lainpun sedang berjuang

-Thinksmart.id-

Selagi kamu belum menyerah, saat itu kamu masih menang

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan salah satu kewajiban saya kepada orang tua dan keluarga saya, yaitu dengan menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 saya. Skripsi ini saya persembahkan kepada seluruh pihak yang sudah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dalam memberikan motivasi atau memberikan dorongan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Berkenaan dengan ini penulis ingin mempersembahkan karya dan ucapan terimakasih kepada :

1. Yang pertama kepada Allah SWT dengan segala kuasanya telah memberikan kekuatan dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan kemampuan yang dimiliki.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan sayangi, yang selalu mendoakan dan menyayangi saya yaitu ibu Masniah dan bapak Andi mappi deceng (ALM), terimakasih atas doa dan kasih sayangnya yang telah diberikan kepada saya selama ini.
3. Kakak saya yang sangat saya cintai dan saya banggakan Nur Sidah (ALM) yang telah mendidik, mengajarkan dan menyekolahkan saya dari kecil hingga menempuh bangku perkuliahan ini, terimakasih atas perjuangan dan kasi sayang yang telah diberikan kepada kami adik-adik dan keluarga mu. Serta abang dan kakak saya, Sugiarti, Andi Patawari, Nur Aisyah, Jumiati, Siti Nur Aida, Andi Kaharudin dan Ali Achmad, terimakasih atas kesabaran, doa, nasehat, motivasi dan dukungan yang telah kalian berikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Keponakan saya Bayu, ayu, Try, Razin, Azam, Bais, Gina dan Nafis yang membangkitkan semangat saya untuk menyelesaikan perkuliahan ini
5. Ratna Mala Dewi yang selalu sabar, mendoakan dan memberikan asupan semangat untuk saya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. KERANGKA TEORI	10
1. Strategi Promosi	10
2. Promosi Jasa	12
3. Perencanaan Promosi Online.....	15
4. Media Baru	17
5. Instagram	20
F. Penelitian Terdahulu	25
G. Metode Penelitian	26
1. Jenis Penelitian	26
2. Objek Penelitian	27
3. Teknik Pengumpulan Data	27
4. Teknik Analisa Data	28
5. Uji Validitas Data	30
BAB II.....	33
GAMBARAN UMUM BOEDIMAN JR BARBERSHOP.....	33
A. Profil Barbershop Boediman Jr Yogyakarta	33
B. Sejarah Singkat Barbershop Boediman Jr.....	33
C. Logo Perusahaan.....	34

D. Visi dan Misi.....	35
E. Struktur Organisasi	35
F. Produk Pomade Boediman JR	36
G. Lokasi.....	37
H. Price List.....	38
I. Aktivitas Postingan Akun Instagram Boediman Jr	38
BAB III	42
SAJIAN DATA.....	42
A. Sajian Data.....	42
1. Mengidentifikasi Target Audiens	43
2. Menentukan Tujuan.....	45
3. Mengembangkan Perencanaan	46
4. Membuat Isi Pesan	48
5. Melaksanakan Bauran Promosi	55
6. Evaluasi Epektifitas Promosi.....	57
B. Pembahasan	64
1. Mengidentifikasi Target Audiens	67
2. Menentukan Tujuan.....	69
3. Mengembangkan Perencanaan Media	70
4. Membuat Isi Pesan atau Konten Melalui Instagram.....	73
5. Melakukan Bauran Promosi Melalui Instagram	79
6. Evaluasi Kegiatan Promosi Melalui Instagram	83
BAB IV	86
PENUTUP	86
A. KESIMPULAN.....	86
B. SARAN.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 0.1 Jumlah followers masing-masing Barbershop	8
Tabel 0.2 Jumlah kunjungan barbershop Boediman Jr dan targetnya.....	9
Tabel 0.3 Deskripsi Jobdesk Tugas dan Fungsi	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tengku Fadly Akhmazi, Peserta The Cuts Indonesia dari Boediman Jr Barbershop Yogyakarta	6
Gambar 1.2 Instagram Boediman JR	7
Gambar 1.3 Instagram Barber Brown	7
Gambar 1.4 Mark The Barber	7
Gambar 1.5 Arfa Barbershop	7
Gambar 1.6 Captain Barbershop	8
Gambar 2.1 Logo Perusahaan	34
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	35
Gambar 2.3 Pomade Water Based	36
Gambar 2.4 Pomade Medium Shift.....	36
Gambar 2.5 Pomade Strong Hold	37
Gambar 2.6 Peta Lokasi Boediman Jr Barbershop	37
Gambar 2.7 Paket dan Harga Servis Boediman Jr	38
Gambar 2.8 Postingan Cukur Rambut di Boediman Jr Barbershop.....	38
Gambar 2.9 Postingan Cukur Jenggot Boediman Jr Barbershop	39
Gambar 2.10 Postingan Keramas Boediman Jr Barbershop	39
Gambar 2.11 Postingan Hari Waktu Buka dan Tutup Boediman Jr Barbershop	40
Gambar 2.12 Postingan Boediman Jr Barber School.....	40
Gambar 2.13 Postingan Konten Barber Sharing Boediman Jr.....	41
Gambar 2.14 Postingan Promo Hari-hari Tertentu Boediman Jr Barbershop.....	41
Gambar 3.1 <i>#WeMakeYouBeingGentleman</i> , Take Line Boediman Jr Barbershop.....	46
Gambar 3.2 Postingan Pertama Boediman Jr.....	47
Gambar 3.3 Postingan Boediman Jr Barbershop Mengenai Harga Promo atau Discont.....	52
Gambar 3.4 Postingan Boediman Jr Barbershop Dalam Rangka Memperingati Hari-hari Besar	53
Gambar 3.5 Postingan Boediman Jr Barbershop Mengenai Produk Pomade	53
Gambar 3.6 Postingan Boediman Jr Barbershop Mengenai Hasil	

Cukur Rambut	54
Gambar 3.7 Melakukan Aktifitas Promosi di Instagram	57
Gambar 3.8 Interaksi Komentar Followers dan Interaksi Tombol Suka Pada Instagram Boediman Jr.....	58
Gambar 3.9 Akun Instagram Consumer Insight Boediman Jr Barbershop.....	59
Gambar 3.10 Consumer Insight Berdasarkan Interaksi Perhari.....	60
Gambar 3.11 Consumer Insight Berdasarkan Jangkauan dan Impresi.....	61
Gambar 3.12 Consumer Insight Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin.....	62
Gambar 3.13 Consumer Insight Berdasarkan Domisili	63
Gambar 3.14 Unggahan Foto Yang Diambil Secara Natural.....	76
Gambar 3.15 Postingan Mengenai Lokasi Store 2 Boediman Jr.....	78