

**STRATEGI PROMOSI HOME INDUSTRY TEH BLONTEA  
PADA MEDIA SOSIAL TWITTER TAHUN 2011**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Oleh :**

**Argadi**

**NPM : 20080530146**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

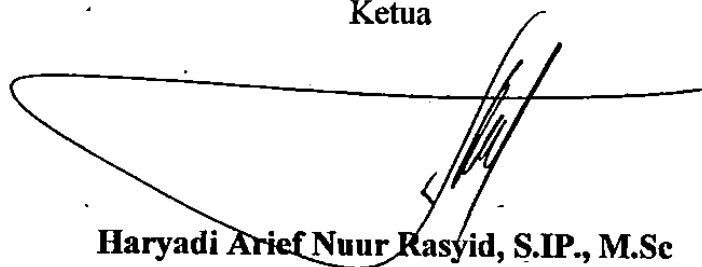
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Senin  
Tanggal : 23 Desember 2013  
Tempat : Ruang Editing  
Dengan nilai :

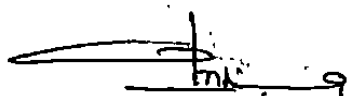
### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua




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

Penguji I



Frizki Yulianti Nurnisya S.IP., M.Si

Penguji II



Adhianty Nurjanah S.Sos., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal, 23 Desember 2013



Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc  
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Sang Pencipta, dan sebaik-baiknya Pemilik Rencana. Juga untuk Nabi Muhammad SAW atas setiap pedoman bagi langkah saya.

Entah dibaca atau tidak, entah tersampaikan atau tidak, tetapi wajib bagi saya untuk mengucapkan terimakasih kepada semua yang telah membantu saya baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam hal menyelesaikan penelitian ini. Semoga semua yang tercantum di bawah sini selalu mendapatkan rahmat dan hidayah dari Allah SWT

- Kedua orang tua saya, **Bapak Zulfan Ipong dan Ibu Saptayanti**. Sepasang sejoli yang hebat dan sangat tulus. Tidak pernah bosan dan lelah untuk tetap mendidik ketiga putranya. Maaf untuk tanggung jawab yang sangat *molor* ini. Terima kasih atas semuanya yang tidak terhingga dan tidak mungkin mampu terbalaskan.
- Kedua saudara kandung saya, **Ardika dan Ariyadi**. Semoga kita tetap terus bersama dan selalu dekat sampai kapanpun, meskipun terpisah jarak.
- **Agni Mahisa**, meskipun sering *cerewet* dan sering menjengkelkan. Tetapi justru mungkin itulah salah satu hal yang menyebabkan saya merasa ingin segera menyelesaikan studi saya. Agar saya tidak *dicereweti* terus dan agar bisa, *you know lah..*  
Terima kasih untuk kesabarannya dalam menunggu
- **Ibu Iit dan Pak Wahyu** (orang tua dari Agni), yang terus menyemangati dan selalu mendoakan saya agar semua ini berjalan lancar. Terima kasih tante, om
- **Mbak Iis, Mbak Iin dan Wilda** (anaknya Mbak Iis). Kalian lebih dari pembantu. Entah apa jadinya hari-hari saya jika tidak ada kalian. *Rasanya*

- **Pak Arif** sang dosen pembimbing. Terima kasih Pak, sudah percaya dengan penelitian saya ini, terimakasih juga untuk saran-sarannya.
- Sahabat saya, **Mikdad**, yang akhirnya barengan lulusnya, meskipun masuk kuliahnya berbeda jauh. Terima kasih, perjuangan bersama di hari-hari penghujung pengumpulan skripsi tidak akan saya lupakan.
- **Rosyana Putri a.k.a Utied a.k.a Miss Lapar**, sahabat saya yang sangat mengerti saya dan banyak membantu memberikan masukan di dalam penelitian ini
- Sahabat saya lainnya, **Masjun, Bernad, Hamid, Rimang, Edo, Jasoet**, dan masih banyak lagi. Terima kasih atas dorongan dan bantuannya selama ini. Khusus untuk 5 nama pertama, semoga kalian segera menikah.
- **Tommy Dharma** dan band lanangkabeh nya. Terima kasih sudah jadi penyemangat ketika saya sempat terpuruk permasalahan cinta. Randevu dengan kalianlah yang membuat saya melupakan masalah tersebut dan *back on track* melanjutkan penelitian.
- **Henny, Maripi, Mels**, trio yang diperkirakan akan lebih hebat dari AB Three. Terima kasih untuk semangat *rabi*-nya. Dan semoga kalian menemukan jodoh yang mampu menerima kalian apa adanya terutama nafsu makan kalian. Amin
- **Titta** dan **Desem**, terima kasih sudah membantu saya di awal-awal penyusunan penelitian ini. Mungkin kalian sudah lupa. Tetapi saya tidak pernah lupa apa yang kita obrolkan di Angkringan Gedong Kuning tempo itu.

Dan **Lantia** yang (mungkin secara tidak langsung) telah memperkenalkan saya dengan

- **Pakdhe Blontank** sang *Sila Baca*, terima kasih sudah membuat produk yang begitu enak itu dan telah memperbolehkan saya untuk menelitinya. Ternyata *sepet*-nya Teh Blontea tidak se-*sepet* penelitiannya.
- **Pak Budiono Darsono**. Senang bisa mengenal Bapak yang ternyata sangat **low profile** ini. Terima kasih untuk ilmu-ilmunya, terima kasih untuk *emot* 'love' di semua postingan Instagram dan juga Path saya. Dan tentu saja, terima kasih atas semua sindiran kelulusan di timeline. Akhirnya saya lulus juga Pak! Maju terus K-Pop cabang Indonesia!
- **Babab Dito**, atas semua wejangan dan pengalaman pribadinya yang pasti akan terus saya ingat. *Nuhun Bab*
- Tim **OneBitMedia**, **HoRepublik**, ataupun **SneakIt**, terima kasih atas bantuan *tools*nya dalam menganalisa penelitian ini. Disebutkan *barengan*, karena orangnya juga itu-itu juga. Terima kasih ya **Fachry**, **Dadai**, **Omded**. **Arzudewi** dll.
- **Google** atas segala maha bantuannya yang sangat membantu dalam hal kecepatan
- Dan semuanya yang telah membantu baik secara langsung atau tidak, namun tidak disebutkan disini. Karena kalau disebutkan, bakal lebih panjang dari Bab 1, dan saya juga malas mengetiknya. Pokoknya terima kasih

Maaf untuk nama-nama yang terlewat atau tidak terucap di lembar ini. Tetapi jauh di

lubuk hati saya yang tidak sedang patah hati ini, saya tetap berterima kasih kepada kalian.

Karena sesungguhnya, bangsa ini sudah terlalu sering mengabaikan ucapan "terima kasih" yang

sangat sederhana namun mempunyai makna yang sangat penting. Terima kasih kepada semua orang yang telah membantu saya dalam penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya. Serta shalawat dan salam untuk junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadi pantuan untuk setiap langkah. Segala puji bagi-Nya, penulisan ini dapat terselesaikan dengan lancar dan semaksimal mungkin.

Penyusunan penelitian skripsi yang berjudul "Strategi Promosi Home Industry Teh Blontea pada Media Sosial Twitter" ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terelesaiakannya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof Dr Bambang Cipto, MA., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Dr, Ali Muhammad S.IP., M.A., Ph., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Noor Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan juga selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan tulus mendampingi, memberikan saran dan juga memberikan ilmunya dalam penyusunan skripsi ini
4. Ibu Frizki Yulianti Nurnisya S.IP., M.Si dan Ibu Adhianty Nurjanah S.Sos., MSi selaku Dosen Penguji 1 dan 2 yang telah memberikan kritik serta saran yang sangat membantu

5. Mbak Siti, Pak Jono dan Pak Mulyadi selaku staf Tata Usaha Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selal sabar dan bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan dan administrasi penulis.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu penulis dalam hal menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat, hidayah dan juga karunia-Nya.

Meskipun penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak

..... ALLAH SWT

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	
Halaman Pengesahan .....	
Halaman Persembahan .....	
Kata Pengantar .....	
Daftar Isi .....	
Daftar Gambar .....	
Abstrak .....	
Abstract .....	

### BAB I

<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	6
1.3 Tujuan penelitian .....	6
1.4 Manfaat penelitian .....	7
1.5 Kerangka teori .....	7
1.5.1 Komunikasi pemasaran .....	7
1.5.2 Perencanaan strategi promosi .....	8
1.5.3 Strategi promosi .....	12
1.5.4 Media sosial .....	18
1.5.5 Media sosial dalam promosi .....	22
1.5.6 Twitter sebagai media sosial .....	27
1.6 Metode penelitian .....	25



1.6.1 Jenis penelitian .....	35
1.6.2 Subjek dan lokasi penelitian .....	36
1.6.3 Tehnik pengumpulan data .....	36
1.6.4 Informan peneliti .....	37
1.6.5 Tehnik analisis data .....	39
1.6.6 Triangulasi data .....	40

## **BAB II**

### **PROFIL PERUSAHAAN HOME INDUSTRY TEH BLONTEA..... 41**

2.1 Sejarah Teh Blontea .....	41
2.2 Data produk .....	44
2.3 Biodata kepemilikan .....	45
2.4 Varian Blontea .....	46
2.5 Harga produk .....	47
2.6 Visi dan misi Teh Blontea .....	47
2.7 Struktur organisasi .....	48
2.8 Segmentasi pasar .....	49

## **BAB III**

### **SAJIAN DATA .....**

3.1 Perencanaan strategi promosi Teh Blontea .....	51
3.1.1 Menganalisis potensi pasar .....	52
3.1.2 Menetapkan pasar sasaran .....	53
3.1.3 Menganalisis pesaing .....	55

3.2.1 Menggunakan testimoni dari konsumen .....	60
3.2.2 Menggunakan akun pribadi untuk melakukan <i>direct promotion</i> .....	62
3.2.3 Menggunakan tanda pagar ( <i>hashtag</i> ) #blontea .....	64
3.2.4 Menggunakan fungsi <i>retweet</i> untuk menyebarkan informasi .....	68
3.3 Membuat varian baru .....	70
3.4 Evaluasi strategi promosi .....	71
<b>ANALISIS DATA</b> .....	73
A. Merancang strategi promosi Teh Blontea .....	73
B. Strategi promosi Teh Blontea .....	75
C. Pelaksanaan strategi promosi Teh Blontea di Twitter .....	79
C.1 Menggunakan testimoni dari konsumen .....	80
C.2 Menggunakan akun pribadi untuk melakukan <i>direct promotion</i> .....	82
C.3 Membuat <i>hashtag</i> #blontea .....	84
C.4 Menggunakan <i>retweet</i> .....	86
D. Evaluasi strategi promosi Teh Blontea di Twitter .....	88
 <b>BAB IV</b>	
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	90
4.1 Kesimpulan .....	90
4.2 Saran .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .....	19
Gambar 2 .....	28
Gambar 3 .....	31
Gambar 4 .....	33
Gambar 5 .....	34
Gambar 6 .....	45
Gambar 7 .....	47
Gambar 8 .....	59
Gambar 9 .....	61
Gambar 10 .....	63
Gambar 11 .....	64
Gambar 12 .....	65
Gambar 13 .....	65
Gambar 14 .....	66
Gambar 15 .....	66
Gambar 16 .....	67
Gambar 17 .....	67
Gambar 18 .....	69
Gambar 19 .....	83

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Periklanan**

**Argadi**

**20080530146**

**Strategi Promosi Teh Blontea di Media Sosial Twitter Pada Tahun 2011**

**Tahun Skripsi : 2013, 92 halaman + 20 lampiran**

**Daftar Pustaka : 19 buku + 7 website**

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah memberikan media baru bagi kegiatan promosi. Media sosial kemudian muncul dari perkembangan internet tersebut. Dalam pertumbuhan internet yang pesat seperti sekarang ini, media sosial juga bisa dijadikan salah satu aspek yang dapat menunjang pemasaran. Dari sekian banyak media sosial yang paling menarik perhatian dan sukses dengan banyak pengguna adalah Twitter. Twitter adalah tempat yang tepat untuk menjalankan promosi dari suatu produk. *Platform* Twitter memberi kemudahan untuk pola promosi yang berbeda dengan promosi di media konvensional. Begitupun di Indonesia, yang memang pengguna Twitter-nya semakin membengkak. Namun bukan berarti dengan berkembangnya media baru, produk yang mengikuti ini juga harus produk yang baru/modern. Media sosial sebagai media baru juga bisa menunjang bagi produk-produk tradisional, tidak harus modern. Contohnya yaitu pada *home industry* Teh Blontea di Solo. Dalam kegiatan promosinya, Teh Blontea hanya menggunakan Twitter., oleh karena itu, peneliti fokus kepada strategi promosi yang diterapkan oleh Teh Blontea di media sosial Twitter.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana strategi promosi Teh Blontea di Twitter. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kdeskriptif dan menganalisis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertempat di kantor Teh Blontea, Solo.

Berdasarkan hasil penelitian ini, kegiatan promosi yang dijalankan oleh Teh Blontea dengan cara menggunakan fasilitas-fasilitas yang tersedia di Twitter. Selain itu, Teh Blontea juga menggunakan testimoni dari para konsumennya demi mendapatkan *consumer review*. Kegiatan promosi yang dilakukan cukup berhasil namun dengan minimnya sumber daya manusia, bisa membuat Teh Blontea kurang maksimal dalam melakukan strategi promosinya.

**Kata Kunci: Media sosial, Twitter, Strategi Promosi, Teh Blontea**