

**STRATEGI PROMOSI BAGBONE *LEATHER* DALAM
MEMPERKENALKAN *BRANDING* MELALUI MEDIA
INSTAGRAM**

(Studi Kasus pada Bagbone *Leather*)

SKRIPSI



Disusun oleh:

Atdre Ramadhan

18.96.0758

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKONOMI
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

**STRATEGI PROMOSI BAGBONE *LEATHER* DALAM
MEMPERKENALKAN *BRANDING* MELALUI MEDIA
ISNTAGRAM
(Studi Kasus pada Bagbone *Leather*)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun Oleh :

Atdre Ramadhan
18.96.0758

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI BAGBONE *LEATHIER* DALAM
MEMPERKENALKAN *BRANDING* MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Atdre Ramadhan

18.96.0758

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 04 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

Junaidi, S.Ag., M.Hum, Dr.
NIK. 190302599

PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI BAGBONE *LEATHER* DALAM
MEMPERKENALKAN *BRANDING* MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Atdre Ramadhan

18.96.0758

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Februari 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Junaidi, S.Ag., M.Hum, Dr

NIK. 190302599

Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302448

Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302444

Tanda Tangan



Skrripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 28 Februari 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 1 Maret 2023



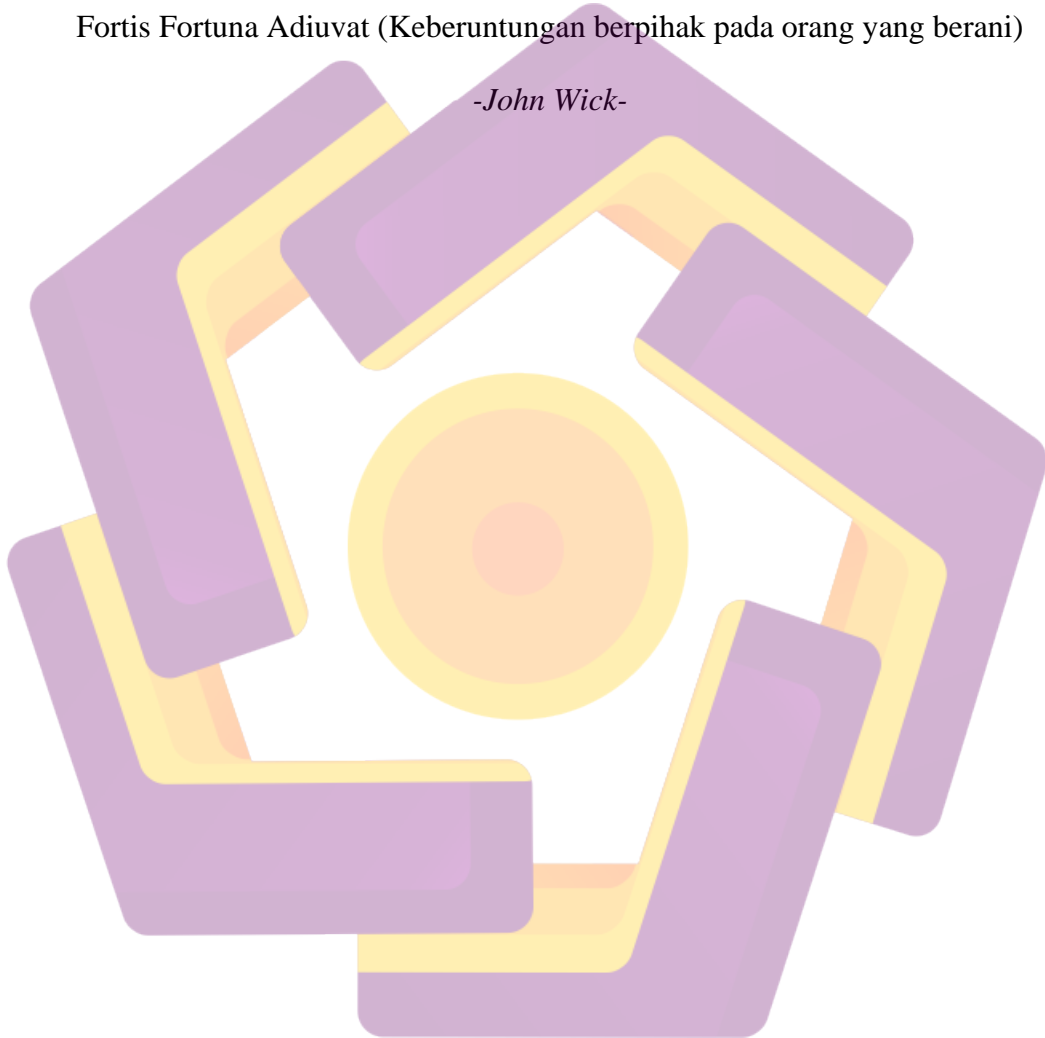
MOTTO

Penyesalan tidak akan merubah keadaan, bangkitlah cepat dan temukan keajaiban.

-Atdre Ramadhan-

Fortis Fortuna Adiuvat (Keberuntungan berpihak pada orang yang berani)

-John Wick-



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah memberikan rizki yang melimpah serta keberkahan di dalamnya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar
2. Orang tua yakni bapak dan ibu yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa restu, serta pengorbanannya sehingga saya bisa berada di titik ini.
3. Seluruh keluarga dan saudara yang telah memberikan bantuan dan doanya
4. Kekasihku Regita Valentine yang selalu memberikan perhatian, semangat, dan doa selama saya mengerjakan skripsi.
5. Seluruh teman dan sahabat Trah Putro Petir serta Zero Six yang sudah memberikan *support*, doa, dan banyak membantu selama saya mengerjakan skripsi
6. Seluruh pihak-pihak yang terlibat yang telah memberi saya dukungan dan bantuan selama saya mengerjakan skripsi
7. Terutama untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan melangkah hingga sejauh ini

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. (Kaprosdi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Dr. Junaidi, S.Ag., M.Hum., M Kom. (Dosen Pembimbing Skripsi), Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, motivasi, masukan, serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua yaitu Bapak Surachman dan Ibu Atmiga yang sudah menjadi orang tua terhebat, yang telah mendidik, merawat, dan selalu mendoakan, serta banyak sekali pengorbanan yang sudah beliau lakukan kepada penulis. Jasanya tidak dapat dibalas dengan apapun, semoga bapak dan ibu tetap berada dalam lindungan, kasih sayang, kemuliaan dari Allah SWT.
7. Akbar Suwardo Sentot (Owner Bagbone), Terima kasih saya ucapkan atas segala bantuan dan dukungan selama saya melakukan penelitian di Toko

Bagbone. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.

8. Muhammad Asrofi (Online Publisher), Terima kasih saya ucapkan atas segala bantuan dan dukungan selama saya melakukan penelitian di Toko Bagbone. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan membalas kebaikan bapak.
9. Seluruh teman dan sahabat yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan, motivasi, dan doanya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan kalian.
10. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 11 Maret 2023



Atdre Ramadhan

DAFTAR ISI

<i>COVER</i>	<i>i</i>
<i>LEMBAR PERSETUJUAN</i>	<i>ii</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>iii</i>
<i>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</i>	<i>iv</i>
<i>MOTTO</i>	<i>v</i>
<i>PERSEMBAHAN</i>	<i>vi</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xii</i>
<i>INTISARI</i>	<i>xiii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>xiv</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	<i>1</i>
1.2 Rumusan Masalah.....	<i>5</i>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<i>5</i>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<i>5</i>
<i>BAB II</i>	<i>6</i>
<i>TINJAUAN PUSTAKA</i>	<i>6</i>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	<i>6</i>
2.2 Kajian Teori.....	<i>9</i>
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	<i>9</i>
2.2.2 Promosi.....	<i>12</i>
2.2.3 Branding.....	<i>14</i>
2.2.4 Instagram.....	<i>16</i>
2.2.5 Aktifitas Pemasaran Media Sosial.....	<i>21</i>
2.3 Kerangka Pemikiran.....	<i>26</i>
<i>BAB III</i>	<i>36</i>
<i>METODE PENELITIAN</i>	<i>36</i>
3.1 Desain Penelitian.....	<i>36</i>

3.2 Objek Penelitian	37
3.3 Subjek Penelitian.....	37
3.4 Sumber Data.....	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Wawancara.....	39
3.5.2 Observasi.....	40
3.5.3 Dokumentasi	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 Triangulasi Data (Uji Keabsahan Data)	42
<i>BAB IV.....</i>	<i>45</i>
<i>HASIL DAN PEMBAHASAN</i>	<i>45</i>
4.1 Profil Bagbone Leather	45
4.2 Kegiatan Promosi Bagbone Learther.....	47
4.3 Pemanfaatan Media Sosial Instagram Untuk Kebutuhan Branding Pada Bagbone Leather	54
4.4 Pembahasan	62
<i>BAB V.....</i>	<i>75</i>
<i>PENUTUP.....</i>	<i>75</i>
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75
<i>DAFTAR PUSTAKA.....</i>	<i>76</i>

DAFTAR TABEL

Table 1.1. Penelitian Terdahulu.	9
---------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Logo Bagbone Leather	45
Gambar 4 2. Feed Instagram Bagbone Leather.....	46
Gambar 4 3. Struktur Organisasi Bagbone Leather	47
Gambar 4 4. Pemasaran Produk Bagbone dengan Influencer	53



INTISARI

Penelitian ini membahas mengenai strategi promosi dalam memperkenalkan produk menggunakan media sosial instagram. instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer dengan jumlah pengguna terbanyak di seluruh dunia. Melihat fenomena itu, banyak yang memanfaatkan instagram untuk kebutuhan bisnisnya. Penelitian ini mengkaji sebuah brand bernama bagbone leather. Brand ini merupakan produsen tas kulit premium yang memasarkan produknya secara online. Penelitian ini adalah penelitian studi kasus. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah obeservasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dari hasil wawancara, dan data sekunder dari buku dan publikasi lainnya. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bagaimana brand bagbone memperkenalkan produk serta menjalankan strategi promosinya meliputi periklanan dengan aktif memosting produk, membuat konten, memberikan voucher diskon setiap pembelian, dan meningkatkan penjualan dengan jasa influencer. Disebutkan pula dampak apa yang diperoleh dan terakhir kendala apa yang dialami oleh bagbone dalam memanfaatkan media sosial instagram untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya.

Kata Kunci : Instagram, Strategi Pemasaran, Bagbone Leather

ABSTRACT

This study discusses promotional strategies in introducing products using Instagram social media. Instagram is one of the most popular social media platforms with the largest number of users worldwide. Seeing this phenomenon, many use Instagram for their business needs. This research examines a brand called bagbone leather. This brand is a manufacturer of premium leather bags that market their products online. This research is a case study research. This type of research is descriptive qualitative. In this study, the instruments used to collect data were observation, interviews, and documentation. Sources of data in this study are primary data from interviews, and secondary data from books and other publications. The results of this study explain how the Bagbone brand introduces its products and carries out its promotion strategy including advertising by actively posting products and creating content, giving discount vouchers for every purchase, and increasing sales with influencer services. It was also stated what impact was obtained and finally what obstacles were experienced by Bagbone in utilizing Instagram social media to carry out its marketing activities.

Keywords: Instagram, Marketing Strategy, Bagbone Leather

