

**“STRATEGI PROMOSI IKAN NILA KARAMBA  
MINA GOTONG ROYONG”  
SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

Rudi Wili Maryanto

19.96.1080

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

**“STRATEGI PROMOSI IKAN NILA KARAMBA  
MINA GOTONG ROYONG”  
SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**

Rudi Wili Maryanto

19.96.1080

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

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PROMOSI IKAN NILA KARAMBA MINA  
GOTONG ROYONG**

1.1

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rudi Wili Maryanto**

**19.96.1080**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 26 Juni 2023

**Dosen Pembimbing**

  
**Kalis Purwanto, Dr, MM**

**NIK. 190302357**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PROMOSI IKAN NILA KARAMBA MINA  
GOTONG ROYONG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Rudi Wili Maryanto**

**19.96.1080**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 26 Juni 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Kalis Purwanto, Dr, MM**

**NIK. 190302357**

**Stara Asrita, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302364**

**Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A**

**NIK. 190302445**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 26 Juni 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom**

**NIK. 19302125**

### PERNYATAAN ORISINALITAS

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.

Sleman... 05-07-2023

  
(..Prudi Wili M.....)  
NIM.19.96.1080

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada :

1. Keluarga besar Penulis yang telah senantiasa memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Dosen Pembimbing yang telah sabar membimbing dari memilih judul yang tepat dan memberikan arahan yang dapat menambah motivasi untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan lancar serta yang selalu siap kapanpun apabila penulis akan melakukan Bimbingan secara langsung.
3. Teman-teman penulis baik itu teman kuliah seangkatan jurusan Ilmu Komunikasi 01 yang selalu ada apabila memerlukan bantuan ataupun pertanyaan serta arahan yang mendidik penulis untuk terus semangat.
4. Segenap *civitas* Akademika Kampus Universitas Amikom Yogyakarta , staf pengajar, karyawan, dan seluruh mahasiswa semoga semangat dalam beraktifitas mengisi hari-harinya di kampus Universitas Amikom Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “STRATEGI PROMOSI IKAN NILA KARAMBA MINA GOTONG ROYONG” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi & Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof Dr M Suyanto MM. Selaku Rektor sekaligus Pendiri Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Lutfi,ST, M.Kom Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Sosial
3. Bapak Kalis Purwanto , Dr, MM Selaku Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
4. Stara Asrita, S.I.Kom., M.A Selaku dosen penguji Skripsi Penulis
5. Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A. Selaku dosen penguji Skripsi Penulis

Akhir Kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

**Yogyakarta, 02 Juli 2023**

**Rudi Wili Maryanto**

## DAFTAR ISI

### Contents

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Komunikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4 Promosi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5 Brand (merk).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Berpikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Desain Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



3.3	Subjek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Data Primer.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Data Sekunder.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Observasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2	Wawancara.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.3	Dokumentasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Teknik Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Triangulasi Data (Uji Keabsahan Data).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8	Validasi Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	HASIL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.	Advertising.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	Sales Promotion.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	Personal selling.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.	Public Relations.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.	Direct Marketing.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	PEMBAHASAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Advertising.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Sales Promotion.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Personal Selling.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4	Public Relations.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5	Direct Marketing.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENUTUP</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Mina Gotong Royong ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Promosi Melalui Media Sosial Facebook ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Komunikasi dengan pembeli melalui media whatsapp.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 penimbangan ikan nila hidup Mina Gotong Royong .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 4 Sebagian tempat pembesaran ikan nila yang siap di konsumsi **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 5 Lokasi Berkumpulnya sampah pada saluran irigasi paling atas .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 6 Kondisi ikan nila merah yang siap dikonsumsi .. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 7 Ikan Nila Frozen hasil olahan dari Ibu-Ibu KWTE**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 8 Pamflet Nonton Bareng Piala Dunia yang dimeriahkan oleh Mina Gotong Royong ..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 9 Pamflet Tahun Baru 2022-2023 dengan menyediakan ikan .**Error! Bookmark not defined.**

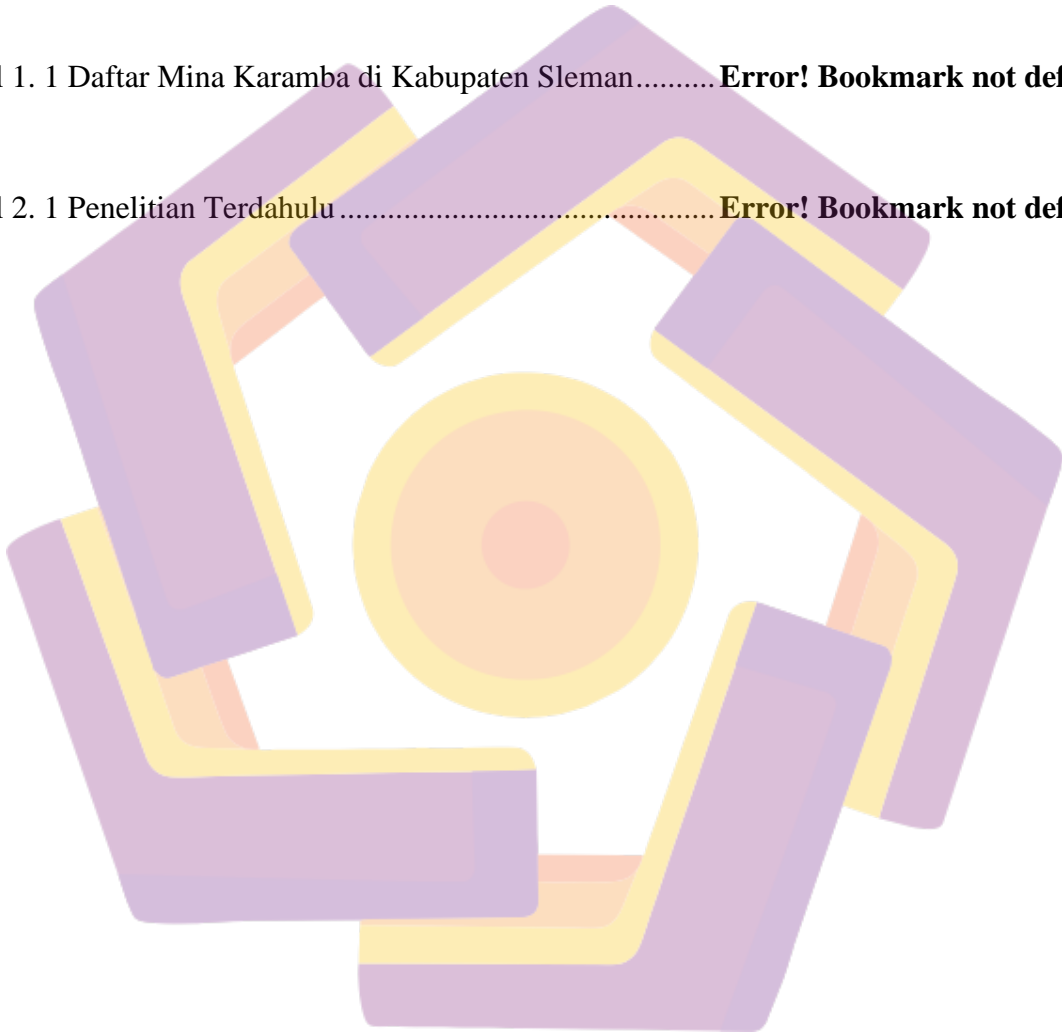
Gambar 4. 10 Kondisi taman samping karamba pada saat malam hari ..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 11 Kondisi lingkungan karamba saat siang hari .... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Label 1. 1 Daftar Mina Karamba di Kabupaten Sleman..... **Error! Bookmark not defined.**

Label 2. 1 Penelitian Terdahulu..... **Error! Bookmark not defined.**



## INTISARI

Mina Gotong Royong yang merupakan salah satu usaha dalam bidang perikanan di dalam karamba yang berada disaluran irigasi. Mina Gotong Royong adalah salah satu usaha masyarakat yang ada di Dusun Salakan Trihanggo Gamping Sleman Yogyakarta. Karamba yang dikelola oleh Masyarakat Dusun Salakan tersebut merupakan tempat berkumpulnya petani ikan yang ada di Salakan, dan perlu di ketahui juga, bahwa ikan yang dikembangkan atau dibesarkan mayoritas adalah ikan nila dan ikan bawal. Dengan adanya karamba tersebut diperlukan sebuah strategi pemasaran yang efektif untuk dapat memajukan petani ikan Mina Gotong Royong yang ada di dusun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada usaha masyarakat sekitar dengan memanfaatkan saluran irigasi yang ada di Dusun Salakan. Teknik Pengumpulan Data ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan bauran strategi pemasaran. Kesimpulan dari hasil Penelitian, diharapkan dengan adanya strategi pemasaran ini, budidaya ikan di Mina Gotong Royong yang dikembangkan dengan beberapa bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri dari Kotler dan Armstrong, secara keseluruhan periklannya (*advertising*) dianggap sudah terlaksana dengan maksimal dan optimal, mulai dari promosi penjualannya (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relations*), penjualan secara langsung (*direct marketing*), dan promosi digitalnya (*digital marketing*). Namun kendala dari bauran promosi seperti penjualan perorangan (*personal selling*) dianggap belum terlaksana dengan optimal dikarenakan adanya kendala pada penjualan perorangannya sehingga memperngaruhi hasil penjualannya. Pelaksanaan starategi promosi ini juga terdapat faktor penghambat dan pendukung, dari hasil yang didapat. Kemudian saran dari penelitian ini, bagi pengurus Mina Gotong Royong untuk dapat lebih mengoptimalkan dan memaksimalkan seluruh aspek dari strategi promosi, terutama dari strategi promosi penjualan perorangan (*personal selling*) yang nantinya berguna untuk kelancaran dalam sebuah usaha dalam bidang perikanan yang banyak mencakup aspek-aspek penting salah satunya yaitu pada bagian pemasarannya.

Keywords :

## ABSTRACT

*Mina Gotong Royong which is one of the businesses in the field of fisheries in cages that are in irrigation canals. Mina Gotong Royong is one of the community businesses in Salakan Hamlet Trihanggo Gamping Sleman Yogyakarta. The cages managed by the Salakan Hamlet Community are a gathering place for fish farmers in Salakan, and it should also be noted that the majority of fish developed or raised are tilapia and pomfret. With the cages, an effective marketing strategy is needed to be able to advance the Mina Gotong Royong fish farmers in the hamlet. This study aims to determine the marketing strategy for the business of the surrounding community by utilizing irrigation canals in Salakan Hamlet. This data collection technique is through observation, interviews, and documentation. While the data analysis technique uses a mix of marketing strategies. The conclusion from the research results, it is hoped that with this marketing strategy, fish farming in Mina Gotong Royong which was developed with several promotion mixes consisting of Kotler and Amstrong, as a whole advertising (advertising) is considered to have been carried out maximally and optimally, starting from sales promotion (sales promotion), public relations (public relations), direct sales (direct marketing), and digital promotion (digital marketing). However, the constraints of the promotion mix, such as personal selling, are considered not to be carried out optimally due to constraints on individual sales, which affect sales results. The implementation of this promotion strategy also has inhibiting and supporting factors, from the results obtained. Then the suggestions from this research, for Mina Gotong Royong management to be able to further optimize and maximize all aspects of the promotion strategy, especially from the personal selling promotion strategy which will later be useful for the smooth running of a business in the field of fisheries which includes many aspects one of which is important in the marketing department.*

**Keywords:**

*Marketing, Promotion Strategy, Sale*

