

**STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PELANGGAN PRODUK
KULINER SHOFIARMAKAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Program Studi Ilmu
Komunikasi



Disusun oleh:

Muhammad Fauzan Ridhani Ilmi

18.96.0598

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

2023

**STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN PELANGGAN PRODUK KULINER
SHOFIARMAKAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Muhammad Fauzan Ridhani Ilmi

18.96.0598

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI


**STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PELANGGAN PRODUK
KULINER SHOFIARMAKAN YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD FAUZAN RIDHANI ILMU
18.96.0598

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningsih, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302444

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM
DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PELANGGAN PRODUK
KULINER SHOFIARMAKAN YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

MUHAMMAD FAUZAN RIDHANI ILMU
18.96.0598

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 9 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302444

Rr. Prameshti Ratnaningtyas, S.Sos., M.A
NIK. 190302476

Rivga Agusta, S. IP., M.A
NIK. 190302319

Tanda Tangan



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

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Muhammad Fauzan Ridhani Ilmi**
NIM : **18.96.0598**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN PELANGGAN PRODUK KULINER
SHOFIARMAKAN YOGYAKARTA**

Dosen Pembimbing : **Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 9 Juni 2023

Yang Menyatakan,


Muhammad Fauzan Ridhani Ilmi

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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 kami 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, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A (Dosen Pembimbing)
5. Shofiarmakan (Pihak instansi/objek penelitian)*
6. Dan lain-lain

Yogyakarta, 26 Juni 2023



Penulis

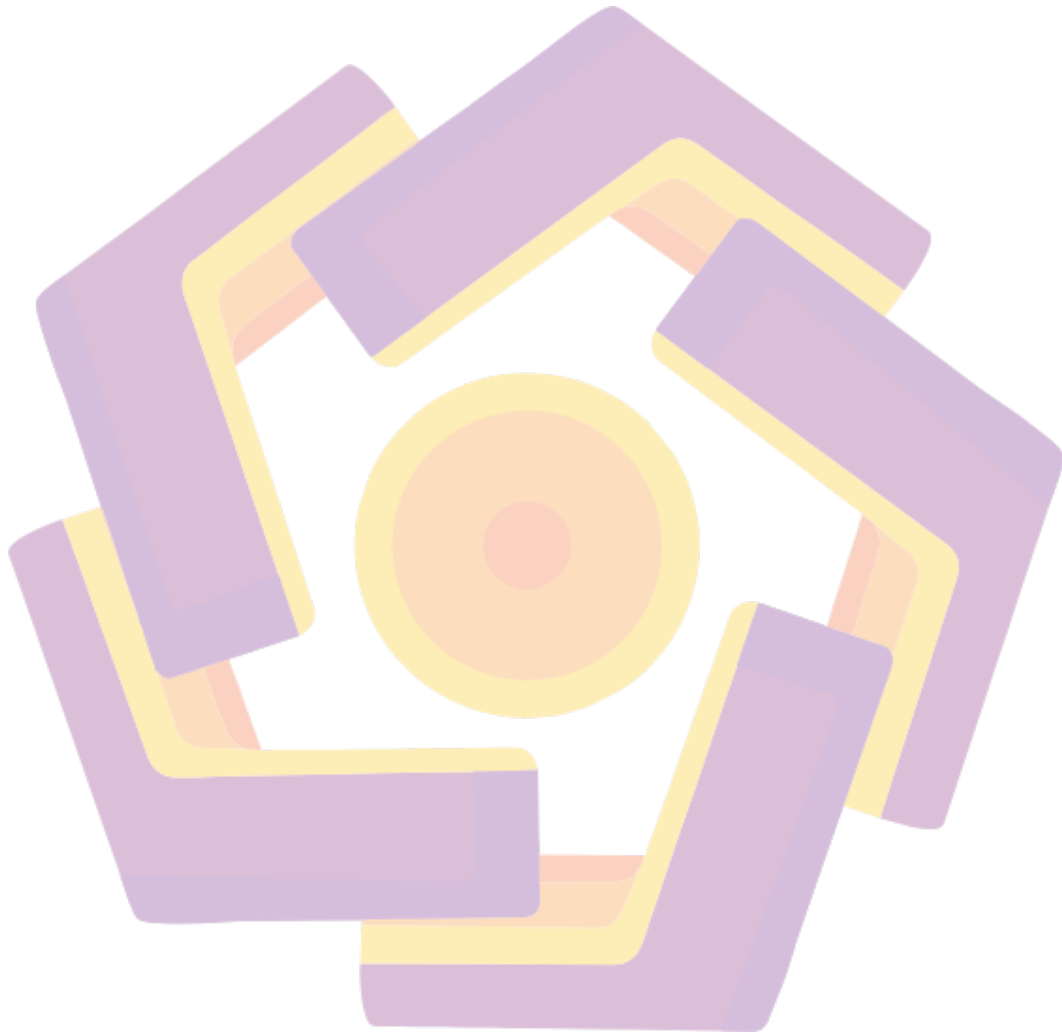
DAFTAR ISI

STRATEGI PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN KESADARAN PELANGGAN PRODUK KULINER SHOFIARMAKAN YOGYAKARTA	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.1.3 Promosi melalui Media Sosial	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Penelitian	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Informan Penelitian.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26

3.4	Teknik Analisis Data.....	27
3.5	Keabsahan Data.....	28
BAB IV		30
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Hasil Penelitian	30
4.1.1	Profil Shofiarmakan	30
4.1.2	Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Kesadaran Pelanggan terhadap Produk Kuliner Shofiarmakan Yogyakarta.....	37
A.	Periklanan.....	37
B.	Promosi Penjualan.....	40
C.	Hubungan Masyarakat	45
D.	Penjualan Pribadi	49
E.	Pemasaran Langsung.....	52
4.2	Pembahasan.....	56
BAB V		67
PENUTUP.....		67
DAFTAR PUSTAKA		70
Lampiran 1: Pertanyaan Wawancara dan Hasilnya		71

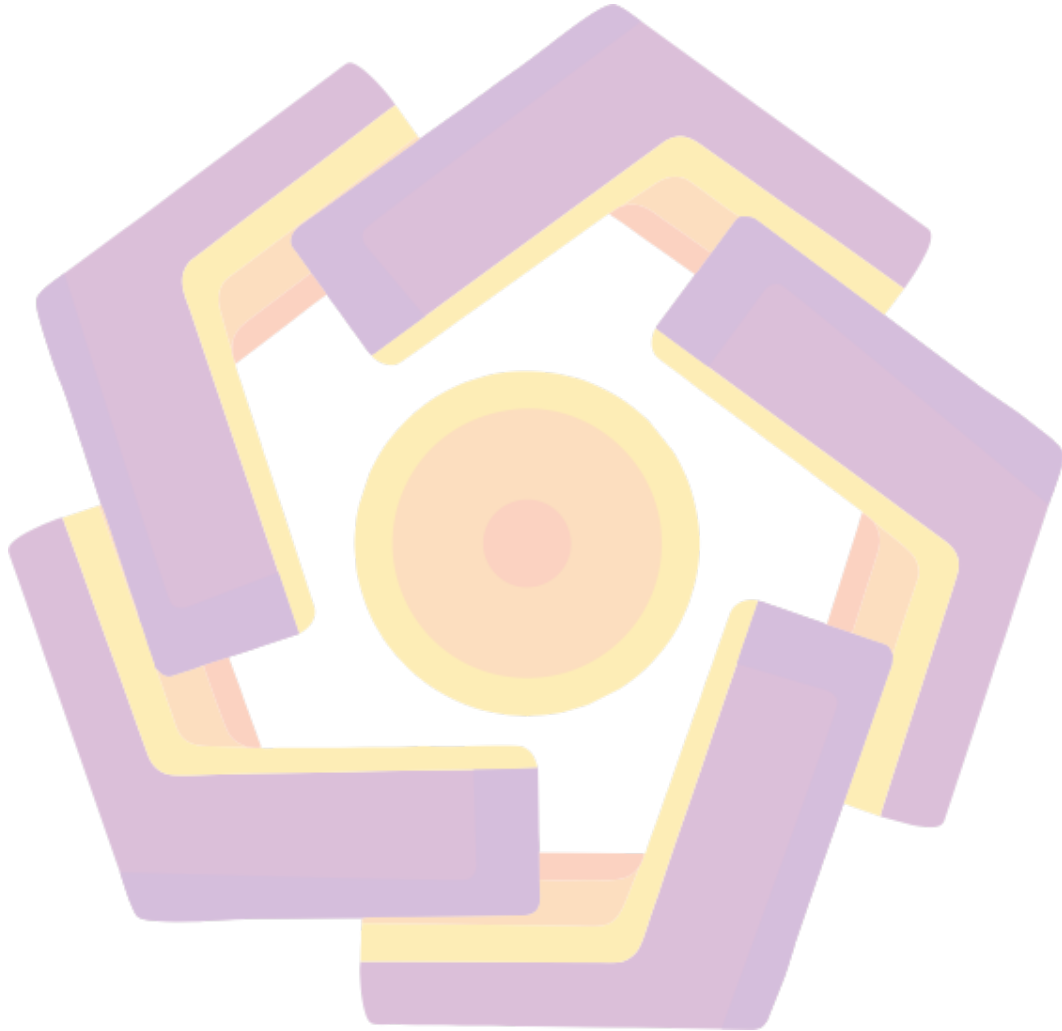
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
---------------------------------------	----



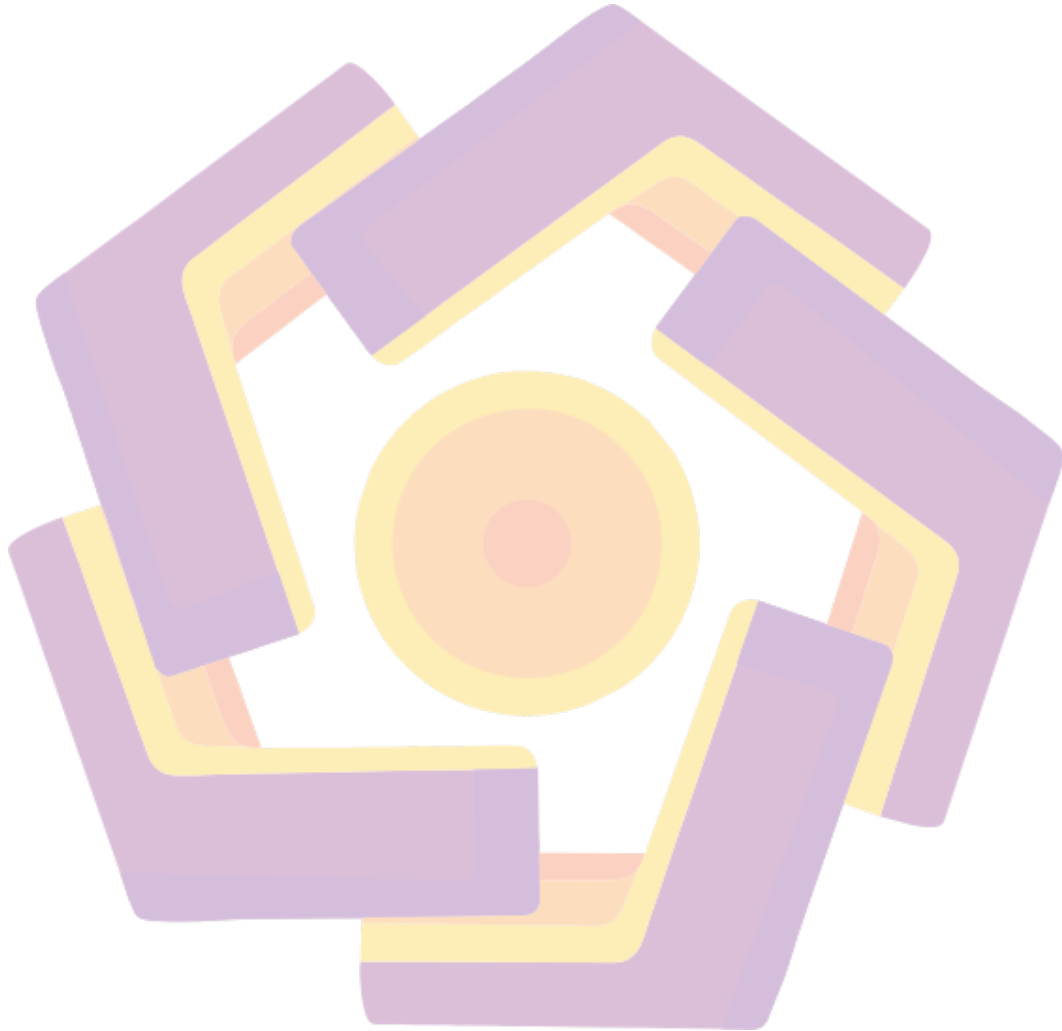
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk di Shofiarmakan.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	25
Gambar 4. 1 Logo Shofiarmakan.....	34
Gambar 4. 2 Iklan Shofiarmakan di Instagram.....	40
Gambar 4. 3 Promo Shofiarmakan.....	41
Gambar 4. 4 Mitra Shofiarmakan	42
Gambar 4. 5 Diskon dan Gratis Ongkos Kirim dari Shofiarmakan	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pertanyaan Wawancara dan Hasilnya 71



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial Instagram dalam meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap produk kuliner Shofiarmakan Yogyakarta. Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah pemilik usaha Shofiarmakan. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shofiarmakan menggunakan strategi promosi melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan kesadaran pelanggan tentang produk kuliner Shofiarmakan di Yogyakarta. Shofiarmakan menggunakan berbagai cara periklanan seperti iklan gambar, video, dan carousel untuk menampilkan makanan Shofiarmakan dengan tampilan yang menggugah selera. Shofiarmakan juga menargetkan audiens yang tertarik dengan makanan dan kuliner, serta berusaha menyesuaikan iklan dengan preferensi dan minat pengguna Instagram. Selain itu, Shofiarmakan menjalankan program promosi penjualan dengan menggunakan kode promo eksklusif, promosi khusus untuk acara tertentu, dan fitur pengiriman makanan melalui aplikasi pihak ketiga. Shofiarmakan juga menggunakan program loyalitas, diskon khusus, *giveaway*, dan interaksi langsung dengan pengikut untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan. Meskipun tidak melakukan penjualan langsung di Instagram, Shofiarmakan menggunakan platform tersebut untuk memperkenalkan menu, menginspirasi pengguna, dan mengarahkan Shofiarmakan ke gerai atau aplikasi pemesanan yang digunakan. Dengan menggunakan pemasaran langsung dan fitur-fitur interaktif Instagram, Shofiarmakan dapat berinteraksi langsung dengan pengikutnya, mendorong partisipasi, dan memberikan penawaran eksklusif. Secara keseluruhan, Instagram menjadi alat yang efektif dalam membangun kesadaran merek, memperluas jangkauan, dan meningkatkan penjualan produk kuliner Shofiarmakan.

Kata Kunci: Strategi, Promosi, Instagram, Shofiarmakan

ABSTRACT

This research aims to understand and describe the promotion strategy using the social media platform Instagram to increase customer awareness of the culinary products of Shofiarmakan in Yogyakarta. This research falls under the category of qualitative descriptive research. The informants of this study were the owners of Shofiarmakan. Data collection techniques included interviews and documentation. Data analysis was conducted using qualitative analysis. The results of the study indicate that Shofiarmakan utilizes promotion strategies through Instagram to enhance customer awareness of their culinary products in Yogyakarta. Shofiarmakan employs various advertising methods such as image ads, videos, and carousels to showcase their food in an appealing manner. They also target an audience interested in food and culinary experiences, and tailor their advertisements to the preferences and interests of Instagram users. Additionally, Shofiarmakan implements sales promotion programs by using exclusive promo codes, special promotions for specific events, and food delivery services through third-party applications. They also utilize loyalty programs, special discounts, giveaways, and direct interactions with their followers to strengthen customer relationships. Although direct sales are not conducted on Instagram, Shofiarmakan uses the platform to introduce their menu, inspire users, and direct them to their physical store or preferred food ordering app. By utilizing direct marketing and interactive features on Instagram, Shofiarmakan can engage directly with their followers, encourage participation, and offer exclusive deals. Overall, Instagram serves as an effective tool for building brand awareness, expanding reach, and increasing the sales of Shofiarmakan's culinary products.

Keywords: Strategy, Promotion, Instagram, Shofiarmakan

