

SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI SATE RATU MELALUI AKUN INSTAGRAM
@SATERATU

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Nandarista Putri Maharani 20.96.2136

Dosen Pembimbing :

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

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2024

SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI SATE RATU MELALUI AKUN NSTAGRAM
@SATERATU

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



Oleh :

Nandarista Putri Maharani 20.96.2136

Dosen Pembimbing :

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

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2024

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

STRATEGI PROMOSI SATERATU MELALUI AKUN

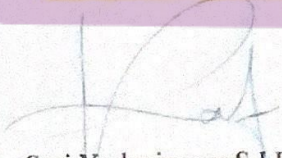
INSTAGRAM @SATERATU

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nandarista Putri Maharani
20.96.2136

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 25 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



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

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**

STRATEGI PROMOSI SATE RATU MELALUI AKUN

INSTAGRAM @SATERATU

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Nandarista Putri Maharani
NIM 20.96.2136

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 25 Juni 2024

Nama Penguji

Tanda Tangan

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302435



Devi Wening Astari, M.I.Kom
NIK. 190302655



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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
25 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 1903022125

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.

Yogyakarta, 1 Juni 2024



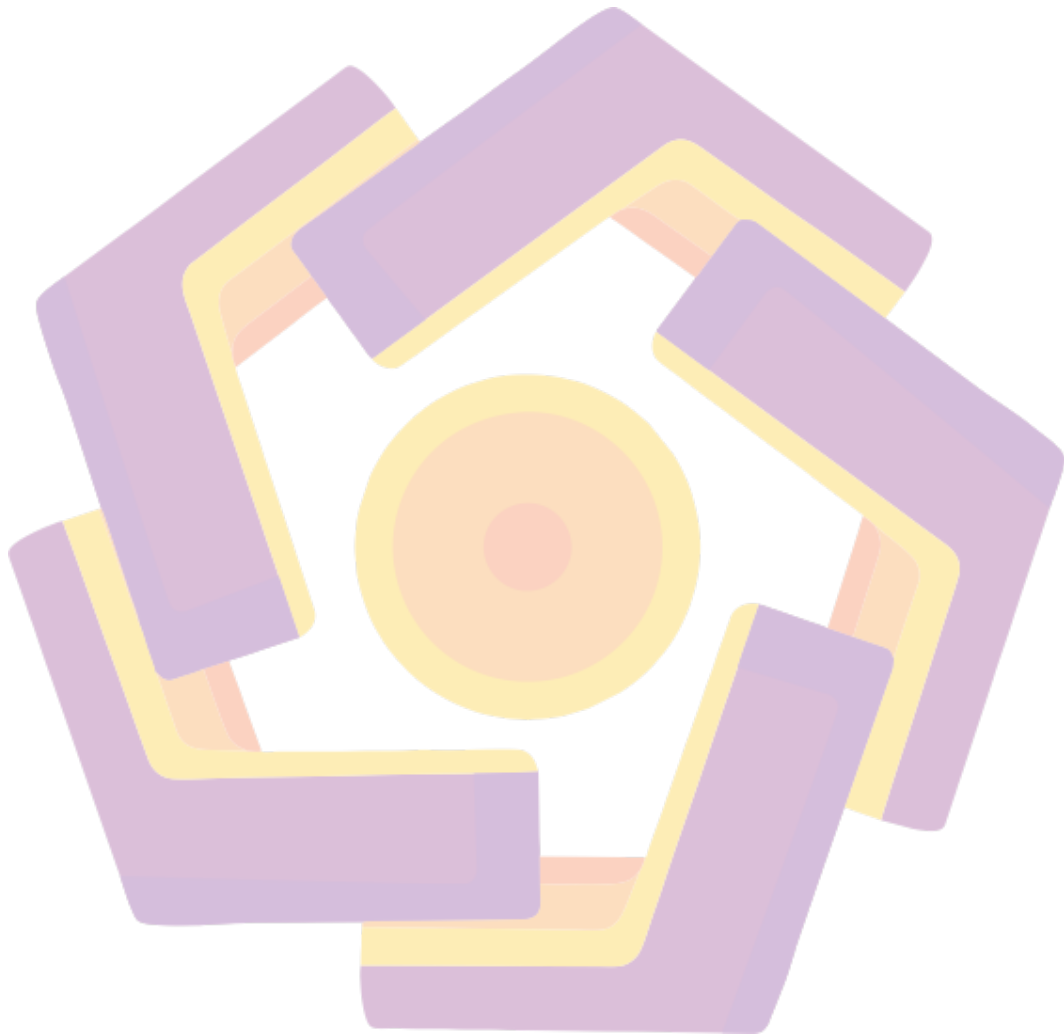
Nandarista Putri Maharani

20.96.2136

MOTTO

“Setiap langkah kecil merupakan bagian dari perjalanan besar dan setiap ada kesulitan adalah kesempatan untuk menjadi lebih kuat, maka hari ini adalah suatu kesempatan untuk melakukan sesuatu yang luar biasa.”

(Nandarista Putri Maharani)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan tulisan ini kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan serta membantu penulis dari awal hingga akhir dalam proses penulisan skripsi ini. Selama penulisan ini banyak sekali suka dan duka yang sudah penulis lewati, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih dan juga ingin mempersembahkan karya ini kepada seluruh pihak yang telah menjadi bagian dalam membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini:

1. Terimakasih kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan nikmat iman, nikmat islam, nikmat hidaya dan nikmat sehat wal afiat sehingga saya mendapatkan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Orang Tua tercinta saya Bapak Is Haryanto dan Ibu Erna Suwartiningsih yang telah sabar mendidik saya dari kecil hingga dewasa dengan sabar dan penuh cinta.
3. Kepada Kakak Kandung saya tercinta Gilang Putra Erista S.Kom, yang telah sabar menunggu adiknya lulus kuliah serta berkerja keras & berjasa dalam membiayai seluruh kuliah saya dari awal hingga akhir.
4. Ibu Kartika Sari Yudaningsih S.I.Kom.,M.A selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing Skripsi saya dengan rasa sabar, tulus, dan ikhlas dari awal hingga akhir.
5. Kepada Fadilah Putri Laksmi, Afifanzha Cika Mehinda Dhanaky yang telah menemani perkuliahan saya, menjalani suka duka mengerjakan tugas, memberi masukan, dan dukungan dalam melakukan penelitian ini.
6. Terakhir untuk saya sendiri Nandarista Putri Maharani karena sudah berusaha dan berjuang dalam hidup hingga saat ini. Terimakasih sudah menyelesaikan masa perkuliahan dan penelitian ini dengan baik. Terimakasih sudah kuat melalui banyak rintangan dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga cita-cita dan harapan penuh segera tercapai.

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 yang berjudul “Strategi Promosi Melalui Instagram @sateratu” 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. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan, serta nikmat yang luar biasa, sehingga saya dapat menjalankan kegiatan skripsi dengan lancar.
2. Kedua orang tua tercinta yang tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, semangat sehingga saya dapat terus berjuang.
3. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Emha Taufiq Lutfhi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Ibu Kartika Sari Yudaningsar S.I.Kom.,M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang membimbing dengan tulus dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
8. Kepada bapak Fabian Budi Seputro selaku pemilik dari lokasi penelitian yang telah bersedia membantu & memberikan izin penelitian serta membantu mendapatkan data.

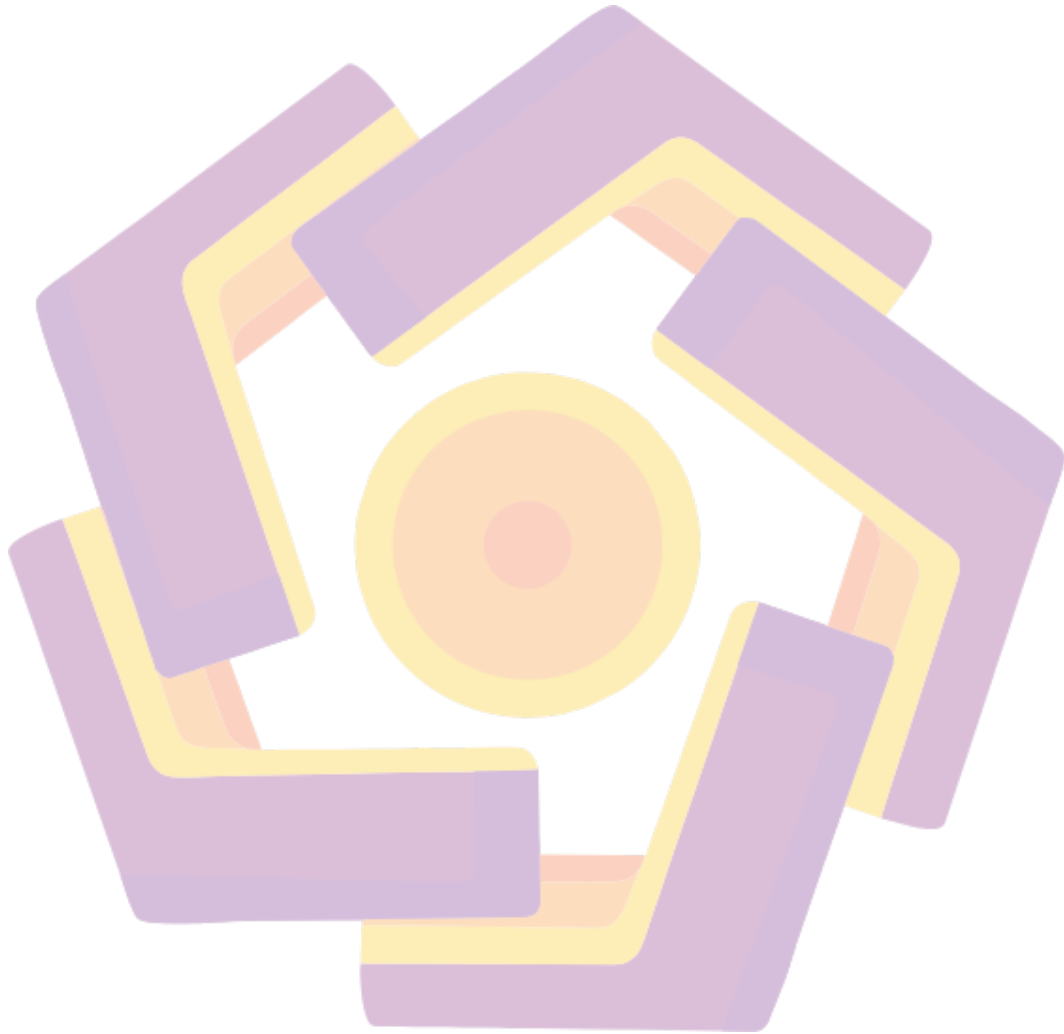
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Penelitian Sebelumnya	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Strategi Promosi	13
2.2.2 Teori Bauran Promosi	15
2.2.4 Instagram Sebagai Media Promosi	16
2.3 Kerangka Konsep	17
BAB III	20

METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Paradigma Penelitian.....	20
3.2 Pendekatan Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	21
3.5 Teknik Pengambilan Data	21
3.6 Waktu Penelitian.....	22
3.7 Teknik Analisis Data	22
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian	23
BAB IV.....	25
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Deskripsi Objek	25
4.1.1 Profil Sate Ratu.....	25
4.2 Temuan Penelitian.....	29
4.2.1 Informan Penelitian	30
4.2.2 Hasil Temuan Data	30
4.3 Pembahasan	36
BAB V	40
PENUTUP.....	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	41
5.2.1 Saran Akademis	41
5.2.2 Saran Praktis	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	44

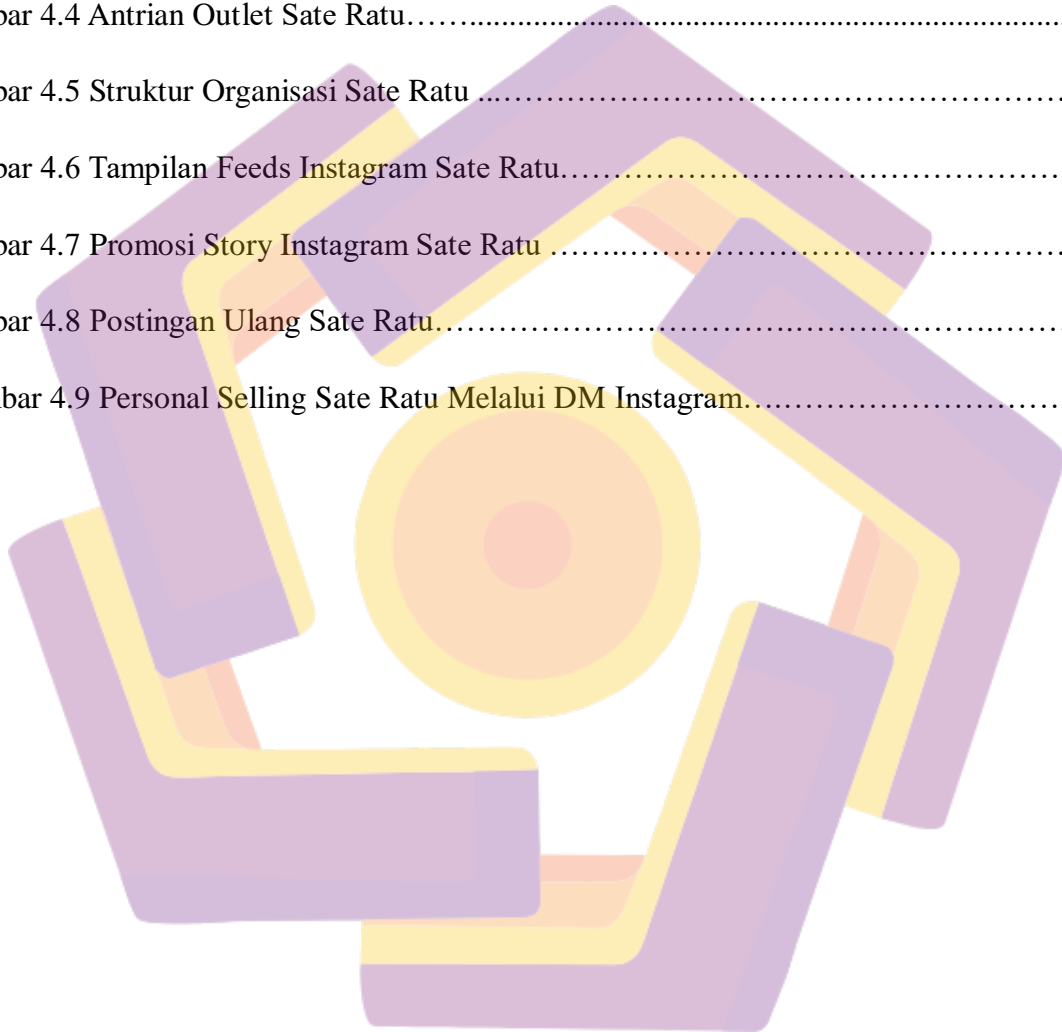
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
-------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram Sate Ratu.....	4
Gambar 4.1 Logo Sate Ratu.....	25
Gambar 4.2 Outlet Sate Ratu Jogja Paradise.....	26
Gambar 4.3 Outlet Sate Ratu Condong Catur.....	26
Gambar 4.4 Antrian Outlet Sate Ratu.....	27
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Sate Ratu	28
Gambar 4.6 Tampilan Feeds Instagram Sate Ratu.....	31
Gambar 4.7 Promosi Story Instagram Sate Ratu	32
Gambar 4.8 Postingan Ulang Sate Ratu.....	33
Gambar 4.9 Personal Selling Sate Ratu Melalui DM Instagram.....	36



ABSTRACT

This study analyzes the promotional strategies employed by Sate Ratu through the social media platform Instagram. Nowadays, businesses use the internet as a platform to convey information to consumers. The fierce competition in the culinary business sector forces entrepreneurs to have unique approaches to developing their businesses. Instagram is utilized as a promotional medium by the majority of entrepreneurs for their business activities. One such business leveraging Instagram is Sate Ratu, which focuses on content relying on attractive photos and videos. The uniqueness of Sate Ratu lies in targeting tourists as their market, and they do not have any branches. Therefore, in this promotional strategy, the researcher uses the promotional mix theory as the content included in the discussion, including advertising, personal selling, publicity, sales promotion, and direct marketing. Promotion through Instagram is the primary choice in social media promotion efforts, providing valuable opportunities for entrepreneurs to stay connected with their consumers. The aim of this study is to describe the promotional strategy through Instagram carried out by Sate Ratu. The Instagram promotional strategy as a digital marketing communication tool used by Sate Ratu employs a qualitative method, with observation, interviews, and documentation as the main data collection techniques. The results of this study indicate that the organic promotional strategy relies on the promotional mix, including advertising with customer testimonials, personal selling to enhance interaction with customers, publicity by maintaining media relations, sales promotion offering free products, and direct marketing by building and maintaining customer relationships.

Keywords: Promotional Strategy, Instagram, Promotion Mix

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis bagaimana strategi promosi yang dilakukan Sate Ratu melalui media sosial Instagram. Pebisnis saat ini menggunakan internet sebagai platform untuk menyampaikan informasi kepada konsumen. Adanya persaingan bisnis kuliner yang ketat membuat para pebisnis harus memiliki keunikan tersendiri dalam mengembangkan usahanya. Instagram sebagai media promosi yang dimanfaatkan oleh sebagian besar pengusaha untuk berbisnis. Salah satu bisnis yang memanfaatkan media sosial Instagram adalah Sate Ratu yang berfokus pada konten dengan mengandalkan foto dan video yang menarik. Keunikan yang dimiliki Sate Ratu yaitu menjadikan wisatawan sebagai target pasarnya, Sate Ratu juga tidak memiliki cabang. Oleh karena itu dalam strategi promosi ini peneliti menggunakan teori bauran promosi sebagai isi yang penulis masukan ke dalam pembahasan, antara lain periklanan, penjualan personal, publisitas, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Promosi yang dilakukan melalui Instagram menjadi pilihan utama dalam upaya promosi lewat media sosial, memberikan peluang berharga bagi para pebisnis untuk tetap terhubung dengan konsumen mereka. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi promosi melalui Instagram yang dijalankan Sate Ratu. Strategi promosi Instagram sebagai alat komunikasi pemasaran digital yang digunakan oleh Sate Ratu. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai bentuk teknik pengumpulan data utama. Hasil pada penelitian ini bahwa strategi promosi organik yang mengandalkan bauran promosi antara lain periklanan dengan testimoni pelanggan, penjualan personal yang meningkatkan interaksi dengan pelanggan, publisitas dengan menjaga relasi media, promosi penjualan yang menawarkan produk gratis, dan pemasaran langsung yang menjalin serta menjaga hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Instagram, Bauran Promosi