

**STRATEGI PROMOSI JOGJABIKE DALAM  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA TAHUN 2019  
MENGUNAKAN INSTAGRAM**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S1

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Reza Widya Pradani

20160530100

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Widya Pradani

No. Mahasiswa : 20160530100

Jurusan / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya seni sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 24 September 2020



(Reza Widya Pradani)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segenap rasa syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua yang selalu berdoa dan sabar dalam mendukung saya menyelesaikan skripsi.
2. Sahabat-sahabat tercinta saya Yusril Insan, Rendy Aditya, Amanta Ayu, Aisyah Nabila, Langen, Anggit, Eltin Viani, Detha dll yang selalu memberi motivasi-motivasi kehidupan.
3. Orang-orang istimewa di Jogja Yudha Saputra, Yolanda Aditya, Nadia Azka, Abi Pranaya, Kemal Yudha, Distian Aji, Pahlawan Bimantara dan lain-lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu. Terimakasih selalu menemani dan menghibur saya di masa-masa sedihnya mengerjakan skripsi.
4. Teman-teman bermain Widni Mega, Rhani, Anggie F, Bella Valentine, Aisyah, Dinda Berliana dll yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu yang selalu ada waktu menemani saya nongkrong.
5. Teman-teman twitter yang selalu menghibur saya saat sedang galau dan mendengarkan curhatan sedih maupun tidak penting saya.
6. Seluruh dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing saya selama kuliah.

## **KATA PENGANTAR**

Bismillahirrahmannirahim

Alhamdulillahirabbilalamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu dibenahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr.Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta selalu sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Dosen penguji Dr.Adhianty Nurjanah,S.Sos.,M.Si. dan Muhammad Muttaqien, S.I.Kom., M.Sn. yang telah berkenan menjadi dosen penguji saya sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Mas Alim selaku HRD Jogja Bike yang sudah memberikan informasi dan juga data kepada penulis.
8. Orangtua, nenek dan juga adik tercinta yang telah memberi dukungan dan juga kasih sayangnya selama ini. Terimakasih atas cinta dan kebaikan sekaligus perhatian yang tiada henti.
9. Untuk sahabat-sahabat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mensupport dan menyemangati saya.

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Perusahaan JB .....	73
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangkapan layar Instagram Jogja Bike.....	7
Gambar 1.2 Jumlah trip tahunan Jogja Bike .....	9
Gambar 1.3 tangkapan layar teori Durianto .....	34
Gambar 2.1 Lembar partnership Jogja Bike.....	58
Gambar 2.2 Denah lokasi kantor resmi Jogja Bike .....	66
Gambar 2.3 Tangkapan layar Instagram Jogja Bike.....	67
Gambar 2.4 Tangkapan Layar Twitter Jogja Bike.....	70
Gambar 2.5 Tangkapan Layar Facebook Jogja Bike.....	72
Gambar 3.1 Akun Profil Instagram Jogja Bike .....	78
Gambar 3.2 Postingan Informatif jogja.bike .....	80
Gambar 3.3 Akun Profil Instagram Jogja Bike .....	81
Gambar 3.4 Akun profil Facebook Jogja Bike .....	82
Gambar 3.5 Akun profil Twitter Jogja Bike.....	82
Gambar 3.6 Unggahan Instagram @jogja.bike .....	86
Gambar 3.7 Contoh poster giveaway dan lomba.....	91
Gambar 3.8 <i>Repost</i> Foto Pengguna Jogja Bike di Instagram.....	95
Gambar 3.9 username Instagram Jogja bike.....	98
Gambar 3.10 Bio Instagram Jogja.Bike .....	99
Gambar3.11 Instagram Jogja Bike.....	94
Gambar 3.12 Instagram Jogja Bike.....	95
Gambar 3.13 Instagram Jogja Bike.....	95
Gambar 3.14 Instagram Jogja Bike.....	96
Gambar 3.15 Instagram Jogja Bike.....	96
Gambar 3.16 Instagram Jogja Bike.....	97
Gambar 3.17 Instagram Jogja Bike.....	98
Gambar 3.18 Data pengguna.....	130
Gambar 3.19 Data pengguna tahun 2020.....	130

Gambar 3.20 Kenaikan followers Instagram.....	131
Gambar 3.21 Insight Engagement Instagram.....	132
Gambar 3.22 Insight engagement Instagram.....	132
Gambar 3.23 Insight engagement Instagram.....	132



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A.    Latar Belakang Masalah .....	1
B.    Rumusan Masalah .....	13
C.    Tujuan Penelitian.....	14
D.    Manfaat Penelitian.....	14
1. <i>Manfaat Akademis.....</i>	<i>14</i>
2. <i>Manfaat Praktis.....</i>	<i>14</i>
E.    KERANGKA TEORI.....	14
1. <i>Promosi.....</i>	<i>15</i>
2. <i>Brand Awareness.....</i>	<i>31</i>
3. <i>Media Online Sebagai Media Promosi .....</i>	<i>36</i>
4. <i>Instagram .....</i>	<i>41</i>
F.    Metode Penelitian.....	45
1. <i>Jenis Penelitian .....</i>	<i>45</i>
2. <i>Lokasi Penelitian .....</i>	<i>46</i>
3. <i>Informan.....</i>	<i>46</i>
4. <i>Teknik Pengumpulan Data .....</i>	<i>48</i>
5. <i>Teknik Analisis Data .....</i>	<i>50</i>
6. <i>Uji Validitas Data .....</i>	<i>51</i>
G.    Sistematika Penulisan.....	52

<b>BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN .....</b>	<b>55</b>
A. Sejarah Singkat Jogja Bike .....	55
a. <i>Tentang Jogja Bike</i> .....	57
b. <i>Pemkot Jogja bekerjasama dengan Jogja Bike</i> .....	60
c. <i>Daya Tarik Jogja Bike sebagai salah satu potensi wisata Yogyakarta</i> .....	62
B. Lokasi.....	65
C. Visi dan Misi .....	66
D. Aktivitas Promosi Jogja Bike .....	67
E. Struktur Organisasi.....	73
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>75</b>
A. Sajian Data .....	75
1. <i>Langkah-langkah Strategi Promosi Jogja Bike</i> .....	76
2. <i>Bauran Promosi</i> .....	85
3. <i>Media Promosi</i> .....	96
4. <b>Instagram</b> .....	94
B. Pembahasan.....	105
1. <i>Analisis Strategi Promosi Jogja Bike</i> .....	105
2. <i>Promotion Mix</i> .....	114
3. <i>Media Promosi</i> .....	117
4. <i>Instagram</i> .....	128
5. <i>Langkah meningkatkan brand awareness</i> .....	121
C. Diskusi Temuan Penelitian .....	134
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN .....	140
B. SARAN .....	142
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>144</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>149</b>