

**STRATEGI PROMOSI ONLINE AKIRAMATA INDO DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA TAHUN 2017**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Rizko Ahmadi

20130530311

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan di bawah ini:

Nama : Rizko Ahmadi

NIM : 20130530311

Konsentrasi : Broadcasting

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Online Akiramata Indo Dalam Meningkatkan
Minat Beli Konsumen Pada Tahun 2017

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 31 Agustus 2020

Rizko Ahmadi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini dengan judul Strategi Promosi Online Akiramata Indo Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Tahun 2017 ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya penyusunan skripsi ini berkat dukungan, bantuan serta masukan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, MP., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M. Sc. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M. Sc. Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, terimakasih atas segala waktu yang telah diberikan kepada kami mahasiswa bimbingan ibu dan selalu sabar dalam membimbing kami sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Suciati, S.Sos.,M.Si. selaku Dosen Penguji I saat Ujian Pendadaran Skripsi, terimakasih untuk kritik dan masukan yang selalu membangun demi karya tulis ini untuk menjadi lebih baik.
6. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji II saat ujian Pendadaran Skripsi, terimakasih untuk kritik dan masukan yang selalu membangun demi karya tulis ini untuk menjadi lebih baik.
7. Seluruh staff Pengajaran dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan pelayan terbaik dan

telah membantu melancarkan proses perkuliahan saya selama duduk dibangku kuliah.

8. Bapak Singgih Ainun Mutaqien selaku Owner dan Ibu Nurul Ilmi selaku pihak Marketing Manager Akiramata Indo yang telah membantu penulis untuk mendapatkan informasi dan data-data tentang Akiramata Indo.

Tanpa Bantuan pihak-pihak terkait, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih tidak lepas dari kekurangan dan masih ada beberapa kesalahan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan masukan supaya skripsi ini bisa menjadi lebih baik lagi. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 31 Agustus 2020

Rizko Ahmadi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karuniaNya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan salah satu kewajiban saya kepada kedua orangtua saya yaitu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi saya, membantu dari mengirimkan doa, memberikan semangat, dan motivasi. Berkenaan dengan ini penulis ingin mempersembahkan karya dan ucapan kepada :

1. Terimakasih kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
2. Terimakasih kepada Junjungan dan Suri Tauladan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan kita teladan yang baik sehingga semua umat Muslim mengikuti jejakmu.
3. Terimakasih kepada Papi yang selalu memberikan doa dan dukungan tak terhingga, penulisan skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya untuk Papi Muhamad Yasin.
4. Terimakasih kepada Mami yang tak pernah henti-hentinya berdoa dan memberikan semangat yang tak terhingga setiap harinya, penulisan skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya untuk Mami Siti Asiyah.
5. Terimakasih juga kepada kakakku Mas Putra dan istri Mbak Fitri yang telah memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Terimakasih juga untuk keluarga Klaten Mbak Ik, Om Edi, Aqsal & Deeva yang sudah siap menampung ketika akhir bulan.
7. Terimakasih kepada teman-teman Anak Cobra yang selalu membantu dan memberikan semangat.
8. Terimakasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi dan STRONGER angkatan 2013.
9. Terimakasih kepada teman-temen kontrakan AMATEUR dan basabasinema yang telah memberikan hiburan di kala jenuh beserta pengalaman dalam dunia perfilman.
10. Terimakasih kepada COSTER Jogja yang sudah menghibur waktu suntuk.

11. Terimakasih kepada semua Dosen Ilmu Komunikasi beserta staff, Pak Jono, Pak Mur, dan Mbak Siti.
12. Seluruh keluarga besar dan pihak-pihak yang terkait yang selalu menemani dan terus mendukung sampai skripsi ini dapat saya selesaikan.
13. Dan skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang menanyakan kapan saya lulus, TERIMAKASIH.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

MOTTO

“No Click Today No Money Tomorrow”

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI BROADCASTING

Rizko Ahmadi 20130530311

**Strategi Promosi Online Akiramata Indo Dalam Meningkatkan Minat Beli
Konsumen Pada Tahun 2017**

Tahun Skripsi : 2020 + 90 Halaman

Daftar Pustaka : 23 Buku + 15 Jurnal

Akiramata Indo merupakan bidang usaha kerajinan yang menawarkan produk Hammock di Indonesia. Akiramata Indo berdiri sejak tahun 2013 di Kota Yogyakarta dengan menjadikan produk hammock buatan sendiri sebagai daya tarik konsumen. Dalam menjalankan usahanya Akiramata Indo memulai dari Instagram sebagai alat promosi hingga saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi promosi online Akiramata Indo dalam meningkatkan minat beli konsumen pada tahun 2017.

Jenis penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap dua orang informan yang memahami proses strategi promosi online dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Akiramata Indo.

Hasil dari penelitian menjelaskan bahwa pengelolaan media sosial instagram dalam meningkatkan minat beli konsumen dikarenakan sifat media yang dapat menyebarkan pesan secara luas dan tidak terbatas. Akira Mata Indo menggunakan foto produk sebagai kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial instagram. Bentuk foto produk yang dilakukan terdiri dari foto berupa deskripsi dari produk yang ditawarkan sebagai bentuk edukasi terhadap nilai produk yang ditawarkan. Foto dari konsumen yang menggunakan produk Akira Mata Indo baik dari kalangan artis dan pejabat yang menunjukkan kelas suatu produk, serta foto komparasi antara produk Akira Mata Indo dengan produk kompetitor untuk menunjukkan kualitas produk yang dimiliki.

Kata Kunci : Promosi, Minat Beli, Instagram

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION STUDIES PROGRAM
BROADCASTING CONCENTRATION**

Rizko Ahmadi 20130530311

Online Promotion Strategy of Akiramata Indo to Increasing Consumer Purchase Interest in 2017

Year of Study : 2020 + 90 Pages

References : 23 Books + 15 Journals

Akiramata Indo is a handicraft business that offers Hammock products in Indonesia. Akiramata Indo was founded in 2013 in Yogyakarta City by making homemade hammock products a consumer attraction. In running its business, Akiramata Indo started from Instagram as a promotional tool until now. This study aims to describe how the online promotion strategy of Akiramata Indo in increasing consumer purchases in 2017.

This type of research is qualitative with a descriptive approach. The data collection techniques used were interviews and documentation. Interviews were conducted with two informants who understand the process of online promotion strategies in increasing consumer buying interest in Akiramata Indo.

The results of the research explained that the management of Instagram social media in increasing consumer buying interest is due to the nature of the media which can spread messages widely and not limited. Akira Mata Indo uses product photos as a promotional activity through Instagram social media. The form of product photos that is carried out consists of photos in the form of descriptions of the products being offered as a form of education on the value of the products offered. Photos of consumers using Akira Mata Indo products, both from artists and officials who show the class of a product, as well as photos of comparisons between Akira Mata Indo products and competitors' products to show the quality of the products they have.

Keywords: Promotion, Purchase Interest, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	3
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
MOTTO	7
ABSTRAK	8
ABSTRACT.....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL	13
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Strategi Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2. Promosi Online (<i>Interactive Marketing</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3. Model Marketing AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action & Share</i>)... Bookmark not defined.	Error!
4. Instagram sebagai media promosi.....	Error! Bookmark not defined.
F. Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3. Teknik Analisa Data	Error! Bookmark not defined.
4. Triangulasi Data.....	Error! Bookmark not defined.
G. Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN ...	Error! Bookmark not defined.

BAB III	Error! Bookmark not defined.
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. SAJIAN DATA.....	Error! Bookmark not defined.
1. Perencanaan Kegiatan Promosi Melalui Instagram	Error! Bookmark not defined.
a. Tujuan Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2. Pelaksanaan Kegiatan Promosi Melalui Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
3. Evaluasi Kegiatan Promosi Melalui Instagram..	Error! Bookmark not defined.
d. PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
1. Proses Perencanaan Instagram dalam Kegiatan Promosi	Error! Bookmark not defined.
2. Memanfaatkan fitur Instagram dalam promosi..	Error! Bookmark not defined.
3. Perilaku followers Akiramata Indo ditinjau dari Model AISAS.....	Error! Bookmark not defined.
4. Evaluasi Kegiatan Promosi Melalui Instagram..	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A. KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
B. SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Akun Instagram Akiramata_indo **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Tahap Komunikasi Pemasaran **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Logo Akira Mata Indo..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 2 Gambar Produk Tipe Panggilo..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 3 Gambar Produk Tipe Armadilo **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 4 Gambar Produk Tipe Sleeping Bag ... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 5 Gambar Produk Tipe Rasta **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 6 Gambar Produk Tipe Owl **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Foto Produk dengan Quote di Instagram. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Foto Produk Akira Mata Indo di Instagram. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 3 Informasi Produk di Instagram. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 4 Lomba Pendakian Akira Mata Indo .. **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nama usaha Hammock di Indonesia.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2. 1 Jenis Jenis Produk CV.Akira Mata Indo.....**Error! Bookmark not defined.**