

**STRATEGI PROMOSI *ONLINE* AYAM TALIWANG “PAPIN” MELALUI
INSTAGRAM DALAM PENINGKATAN PENJUALAN DI MASA
PANDEMI TAHUN 2020**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Safa Aqilla Devanti

20180530041

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Safa Aqilla Devanti

NIM : 20180530041

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Strategi Promosi Online Ayam Taliwang Papin Melalui Instagram dalam Peningkatan Penjualan di Masa Pandemi Tahun 2020**" adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah dinyatakan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiasi saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 April 2022



Safa Aqilla Devanti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih terhadap seluruh pihak yang sudah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya, baik membantu dalam memberikan motivasi dan semangat, serta memberikan bimbingan selama penyusunan dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu dengan rasa bahagia saya persembahkan:

1. Allah SWT. Dengan segala Kuasa-Nya telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menjalankan penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Dan sholawat serta salam juga tercurahkan pada junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW atas karunia-Nya.
2. Kedua orang tua saya. Dengan segala kesabarannya untuk selalu mendoakan serta memberikan *support* penuh atas apa yang sedang saya lakukan dan agar bisa bertahan serta menyelesaikan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya.
3. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing, terima kasih atas waktu, kesempatan dan kesediaannya dalam membimbing serta mengarahkan penelitian dari awal hingga akhir penelitian ini.
4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, Ph. D dan Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, MA. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.

5. Mas Hertanto Dwi Cahyo selaku *Owner* dan Mas Yanuar Sathrio Insanaputra selaku Admin Ayam Taliwang Papin. Terima kasih banyak telah meluangkan waktu dan telah bersedia memberikan informasi serta data dan membantu saya dalam proses penelitian ini.
6. Teman-teman tercinta yang terus memberikan semangat dan pengertiannya, Luthfianiza, Latifah, Mas Arip, Rindah, Ahmad. Terima kasih sudah mau direpotkan dan banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan, Upik, Shania, Hasna, Amel, Bela, Vivi, Deva, Dhanos, Asnan, Fajar, Elak, Meli, Ghina, Vira, Ayin, Helmi, Adinda, Wida. Terima kasih sudah turut andil dalam perjalanan skripsi ini. Semangat terus buat kalian!!!
8. Teman-teman UKM Musik UMY, terima kasih atas cerita 3 tahunnya dan sudah menjadi tempat sambutan terbaik dan rumah untuk pulang.
9. Dosen dan staff Ilmu Komunikasi UMY yang selalu sabar dalam membantu mahasiswa/i-nya, tak lupa dengan informasi-informasi yang selalu diberikan. Terima kasih.
10. Serta kepada semua orang-orang baik yang turut andil dan berjasa dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih banyak, semoga Allah membalas setiap kebaikan kalian.
11. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan Ridha-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi *Online* Ayam Taliwang Papin Melalui Instagram dalam Peningkatan Penjualan di Masa Pandemi Tahun 2020”. Penelitian ini disusun guna melengkapi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S-1), Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang atas izin, berkah dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UMY.
3. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak Taufiqurrahman, S.IP, MA, Ph. D dan Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, MA. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.

5. Mas Hertanto Dwi Cahyo, Mas Yanuar Sathrio Insanaputra dan beberapa *customer* Ayam Taliwang Papin sebagai informan Ayam Taliwang Papin.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis dan kepada mahasiswa/i, serta kepada seluruh staff Ilmu Komunikasi yang telah membantu administrasi dan informasi kepada mahasiswa/i-nya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tentu masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan yang tidak disengaja. Namun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 18 April 2022

Penulis,



Safa Aqilla Devanti

MOTTO

Inna ma'al- 'usri yusra

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

- Al-Insyirah ayat 6

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	1
HALAMAN PERNYATAAN.....	2
HALAMAN PERSEMBAHAN	3
KATA PENGANTAR.....	5
MOTTO	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL	15
DAFTAR BAGAN.....	16
DAFTAR GRAFIK.....	17
DAFTAR LAMPIRAN.....	18
ABSTRAK	19
ABSTRACT	20
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	21
B. RUMUSAN MASALAH.....	30
C. TUJUAN PENELITIAN.....	30
D. MANFAAT PENELITIAN.....	30

1. Manfaat Teoritis	30
2. Manfaat Praktis	30
E. KAJIAN TEORI	31
1. Komunikasi Pemasaran Digital.....	31
2. Instagram Sebagai Media Promosi <i>Online</i>	35
3. Strategi Promosi <i>Online</i> untuk <i>Survive</i> di Masa Pandemi	41
F. METODE PENELITIAN.....	46
1. Jenis Penelitian.....	46
2. Objek Penelitian	46
3. Teknik Pengumpulan Data	46
a. Wawancara Mendalam.....	46
b. Dokumentasi	48
4. Uji Kredibilitas Data	49
5. Teknik Analisis Data.....	50
a. Reduksi Data	51
b. Sajian Data	51
c. Penarikan Kesimpulan	51
6. Sistematika Penulisan	52

BAB II GAMBARAN UMUM AYAM TALIWANG PAPIN

A. Sejarah dan Perkembangan	53
B. Visi dan Misi	55
C. Lokasi Ayam Taliwang Papin.....	55
D. Produk	56
E. Segmentasi dan Target Pasar	57

F. Struktur Organisasi dan <i>Management</i> Ayam Taliwang Papin.....	58
G. Aktivitas Promosi Media Lain	60

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA.....	64
1. Komunikasi Pemasaran Digital.....	64
a) <i>Attention</i>	66
b) <i>Interest</i>	69
c) <i>Search</i>	72
d) <i>Action</i>	76
e) <i>Share</i>	79
2. Instagram sebagai Media Promosi <i>Online</i>	82
a) <i>Like</i> dan <i>Comments</i>	84
b) Judul atau <i>Caption</i>	85
c) <i>Hashtag</i> (#)	86
d) Lokasi.....	87
e) <i>InstaStory</i>	88
f) <i>IGTV</i>	89
g) <i>Arroba/Tag</i>	90
h) <i>Dirrect Massage</i>	91
3. Strategi Promosi <i>Online</i> untuk <i>Survive</i> di Masa Pandemi	93
a) <i>Advertising</i> (Periklanan).....	93
b) <i>Personal selling</i> (Penjualan Perorangan).....	94
c) Hubungan Masyarakat dan Publisitas	96
d) <i>Direct marketing</i> (Pemasaran Langsung).....	99

e) <i>Sales promotion</i> (Promosi Penjualan).....	100
B. PEMBAHASAN	103
1. Komunikasi Pemasaran Digital.....	103
a) <i>Attention</i>	104
b) <i>Interest</i>	105
c) <i>Search</i>	106
d) <i>Action</i>	108
e) <i>Share</i>	109
2. Instagram sebagai Media Promosi <i>Online</i>	111
a) <i>Like dan Comments</i>	111
b) Judul atau <i>Caption</i>	112
c) <i>Hashtag</i> (#)	113
d) Lokasi.....	113
e) <i>InstaStory</i>	113
f) <i>IGTV</i>	114
g) <i>Arroba/Tag</i>	115
h) <i>Dirrect Massage</i>	115
3. Strategi Promosi <i>Online</i> untuk <i>Survive</i> di Masa Pandemi	117
a) <i>Advertising</i> (Periklanan).....	117
b) <i>Personal selling</i> (Penjualan Perorangan)	118
c) Hubungan Masyarakat dan Publisitas	118
d) <i>Direct marketing</i> (Pemasaran Langsung).....	119
e) <i>Sales promotion</i> (Promosi Penjualan).....	120
4. Evaluasi Tingkat Keberhasilan Strategi Promosi.....	121

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan127

B. Saran.....128

DAFTAR PUSTAKA130

LAMPIRAN.....135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Pengolahan dan Makanan-Minuman	22
Gambar 1.2 Testimoni <i>Customer</i> dari Google <i>Review</i> “Ayam Taliwang Papin” .	24
Gambar 2.1 Peta Lokasi Ayam Taliwang Papin	55
Gambar 2.2 <i>List Menu</i> Ayam Taliwang Papin	57
Gambar 2.3 Akun Facebook Ayam Taliwang Papin	60
Gambar 2.4 Aktivitas <i>Sales promotion</i> Ayam Taliwang Papin di Akun Facebook	60
Gambar 2.5 Akun Twitter Ayam Taliwang Papin	61
Gambar 2.6 Konten <i>Advertising</i> Ayam Taliwang Papin di Akun Twitter	62
Gambar 2.7 Akun TikTok Ayam Taliwang Papin	62
Gambar 2.8 Promosi <i>List Menu</i> Ayam Taliwang Papin di TikTok	63
Gambar 3.1 Konten Promosi Ayam Taliwang Papin di Instagram.....	68
Gambar 3.2 Contoh Postingan Konten Ayam Taliwang Papin.....	71
Gambar 3.3 Konten Promo Ayam Taliwang Papin di Instagram	77
Gambar 3.4 Tampilan Profil Instagram Ayam Taliwang Papin	83
Gambar 3.5 <i>Like</i> dan <i>Comments</i> di Postingan Instagram	84
Gambar 3.6 <i>Caption</i> di Salah Satu Postingan Konten di Instagram	86
Gambar 3.7 <i>Hashtag</i> di Salah Satu Postingan Konten di Instagram.....	87

Gambar 3.8 Lokasi <i>Offline Store</i> Ayam Taliwang Papin di Instagram	88
Gambar 3.9 Tampilan <i>Story</i> Instagram Ayam Taliwang Papin	89
Gambar 3.10 Postingan IGTV Ayam Taliwang Papin di Instagram	90
Gambar 3.11 Arroba/Tag di Salah Satu Postingan Instagram Ayam Taliwang Papin	91
Gambar 3.12 Percakapan Admin dan Konsumen Menggunakan <i>Direct Message</i>	92
Gambar 3.13 Konten Interaktif Ayam Taliwang Papin di Instagram	94
Gambar 3.14 Komentar pada Postingan Ayam Taliwang Papin di Instagram	95
Gambar 3.15 QnA Ayam Taliwang Papin dengan <i>followers</i> melalui <i>InstaStory</i> .	97
Gambar 3.16 Konten Interaktif Ayam Taliwang Papin di Instagram	98
Gambar 3.17 Promo Grab Food Ayam Taliwang Papin di Instagram.....	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Akun Instagram Makanan “Ayam Taliwang” di Yogyakarta ...25

Tabel 1.2 Target dan Capaian Penjualan Ayam Taliwang “Papin”26

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Bentuk Struktur Organisasi Ayam Taliwang Papin.....	58
---	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Postingan Konten Ayam Taliwang Papin dalam Setahun (2020)

.....72

DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide.....	135
Transkrip Wawancara.....	142
Dokumentasi	169