

**STRATEGI PROMOSI SEI SAPI MAUMERE DAN AGENSI MIDDLE AND
BETWEEN MELALUI MEDIA SOSIAL**

PROPOSAL SKRIPSI



Disusun oleh:

Pungki Annistya Kesuma

20160530250

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pungki Annistya Kesuma
NIM : 20160530250
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "STRATEGI PROMOSI SEI SAPI MAUMERE DAN AGENSI MIDDLE AND BETWEEN MELALUI MEDIA SOSIAL" adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya terbukti sebagai plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 November 2022



Pungki Annistya Kesuma

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebanggaan dan rasa bahagia yang tiada tara saya persembahkan karya ini untuk :

1. Allah Subhanahu Wata'ala yang dengan ridha-Nya memberikan rahmat, karunia serta kekuatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad Sallahu Alaihi Wassalam yang telah menghantarkan umat-Nya dari zaman kegelapan hingga ke zaman yang terang benderang ini.
3. Kedua orang tua, Ibu Sri Utami yang telah membesarkan dan menghantarkan anaknya sampai pada titik ini. Serta sebagai sumber motivasi dalam menyelesaikan Skripsi Ini.
4. Teman-Teman seperjuangan dari berbagai kalangan. Ilmu Komunikasi 2016, Advertising 2016.
5. Teman-teman Middle and Between sebagai tempat saya mendapatkan banyak ilmu serta pengalaman berharga untuk masa depan.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullohi Wabarokatuh

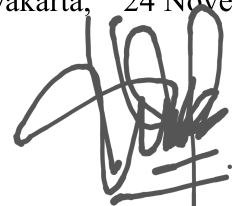
Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayahnya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam tak lupa saya curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW ,keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya penelitian ini tidak lepas dari adanya motivasi, semangat dan juga doa dari beberapa orang, Berkenaan dengan hal itu, pada kesempatan ini penulis ingin mempersembahkan karya ini kepada:

1. Taufiqur Rahman., S.IP., MA., Ph.D dengan kesabaran dan kebesaran hati beliau untuk berkenan membimbing serta memberi arahan kepada saya sebagai mahasiswa bimbingannya.
2. Dr. Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si sebagai dosen penguji skripsi.
3. Frizki Yulianti Nurnisya. S.IP., M.Si sebagai dosen penguji skripsi.
4. Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY.
5. Erwan Sudiwijaya, M.A Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi UMY
6. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
7. Pak Jono, Pak Mur, Mba Siti selaku staf jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam urusan administrasi penulis.

8. Middle and Between Mas Yazied Syafaat, selaku Executive Creative Director di kantor Srengenge Culture Labs.
9. Mas Naufal, Selaku CEO di kantor Middle and Between.
10. Seluruh keluarga besar Middle and Between
11. Kepada sahabat-sahabat dimanapun berada yang memberi dukungan dan do'a kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih sebesar besarnya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak dan kalangan.

Yogyakarta, 24 November 2022



Pungki Annistya K

Daftar Isi

BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan	10
D. Manfaat	10
E. Tinjauan Pustaka	11
1. Strategi Promosi	11
2. Biro iklan (agency advertising)	14
3. Bauran Promosi	16
F. Metode Penelitian	18
1. Jenis Penelitian	18
2. Teknik pengumpulan data	19
3. Informan penelitian	20
4. Sumber data	21
5. Teknik Analisa Data	21
6. Uji Validasi Data	23
G. Sistematika Penulisan	25
BAB II	27
PROFIL OBJEK PENELITIAN	27
A. Sejarah Singkat Sei Sapi Maumere	27
B. Lokasi Perusahaan	28
C. Visi dan Misi Perusahaan	29
D. Logo Perusahaan	31
E. Struktur Organisasi Perusahaan	32
F. Manajemen	33

G. Interior dan Ekterior Sei Sapi Maumere	35
H. Produk Sei Sapi Maumere	36
BAB III	41
PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	41
A. Penyajian Data	41
1. Strategi Promosi	42
2. Bauran Promosi	49
3. Evaluasi hasil promosi yang dilakukan Sei Sapi Maumere	68
B. Pembahasan	71
1. Strategi promosi Sei Sapi Maumere	71
2. Strategi pesan kreatif Sei Sapi Maumere	77
3. Media promosi Sei Sapi Maumere	80
4. Publisitas Sei Sapi Maumere	83
5. Pemanfaatan anggaran dana yang efisien	84
BAB IV	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. KESIMPULAN	87
B. SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94