

**STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN OMBEIN INDONESIA DI MASA
PANDEMI COVID-19 PERIODE TAHUN 2020-2021**

Dosen Pembimbing : **Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom**

SKRIPSI

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



Nugrahadi Dityo Setyowibowo

20170530177

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nugrahadhi Dityo Setyowibowo

NIM : 20170530177

Konsentrasi : *Advertising*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi dengan judul STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN OMBEIN INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19 PERIODE TAHUN 2020-2021” berdasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari diri saya sendiri. Seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk pada skripsi ini dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya tanpa adanya suatu paksaan maupun tekanan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dari karya tulis ini.

Yogyakarta, 5 Juni 2024

Penulis

Nugrahadhi Dityo Setyowibo

MOTTO

وَأُنَادُوا بِرَبِّهِمْ
أَلَّا يُغْنِي عَنْهُمْ كُفْرُهُمْ
شَيْئًا وَلَا يَضُرُّهُمْ
شَيْئًا أَلَّا يَرْجِعَ اللَّهُ
إِلَيْهِمْ أَلَّا يَكْفُرُوا
بِأَلْسِنَتِهِمْ لِيَلْعَنَهُمُ
اللَّهُ لَمَّا كَفَرُوا إِنَّ اللَّهَ
كَافٍ بِعِبَادِهِ لِيُنذِرَ
الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ

Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya".

(QS. GHAFIR : 44)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya, yang selalu mendukung, memberi semangat dan kasih sayang yang tiada henti bagi saya. Tanpa mereka, saya tidak akan bisa sampai pada titik ini.
2. Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
3. Teman – Teman Mako, yang selalu menemani Proses saat Perkuliahan, Buat Tambol, Ciblek, Gosong pedan saleg, Pendol, Piki, Sipur, Kemal, Gendon, Dobleh Jambret, Kirun, Fiyah Wibu, Ucil Carhartt Mbantul, Piyong JPA, Tekek, DLL.
4. Terimakasih juga untuk temen – temen Warhole Store yang selalu *support* dan selalu mengingatkan akan skripsi.
5. Teruntuk teman teman Desa Papringan yang selalu ada disaat saya kesusahan, Terimakasih banyak.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Melalui Sosial Media Dalam Meningkatkan Penjualan Ombein Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 Periode Tahun 2020-2021”** ini untuk memenuhi sebagian persyaratan Akademik Program Studi Strata 1 (S1) pada Jurusan Public Relations, Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY).

Pada skripsi ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan, dengan kemampuan penulis yang masih dalam tahap pembelajaran. Berkat kerja keras penulis serta dukungan dari pembimbing, bantuan dan do'a dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam proses penelitian skripsi ini, mereka diantaranya adalah :

1. Bapak Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sukamta, S.T., M.T selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Dr. Takdir Ali Mukti, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Dr. Suciati, S.Sos, M.Si Dan Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc yang telah menguji sidang skripsi dan membantu menyempurnakan penyusunan skripsi hingga benar.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Pihak Ombein Indonesia yang telah membantu melancarkan penelitian skripsi ini.
8. Keluarga besar terkhusus orang tua atas doa dan restunya dalam menajalani pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Teman-teman yang selalu menyemangati penulis dalam berproses.

Akhir kata, penulis kembali mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penulisan skripsi ini, dan mohon maaf untuk pihak yang tidak disebutkan satu-persatu. Segala saran dan kritik atas penulisan skripsi ini penulis terima untuk menjadi motivasi kedepannya. Semoga penelitian skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 5 Juni 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	18
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat penelitian	18
E. Kajian Teori	20
1. Strategi Promosi	20
2. Sosial Media	36
F. METODE PENELITIAN	46
1. Jenis Penelitian	46
2. Sumber Data	46
3. Teknik Pengumpulan Data	47
4. Teknik Analisis Data	49
5. Uji Validitas Data	50
BAB II	51
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	51
A. Sejarah Ombein Indonesia	51

B.	Visi Dan Misi Ombein Indonesia.....	53
C.	Struktur Organisasi.....	53
D.	Segmentasi.....	54
E.	Logo Ombein Indonesia.....	55
F.	Lokasi Outlet.....	55
G.	Personalia.....	60
H.	Media Sosial.....	60
I.	E-Commerce.....	60
J.	Produk Ombein Indonesia.....	61
BAB III SAJIAN DATA & PEMBAHASAN.....		62
A.	Hasil Temuan Penelitian.....	63
1.	Melakukan Riset Tempat, Harga dan Promo.....	63
2.	Pemilihan Media Sosial untuk Promosi Ombein Indonesia.....	66
3.	Penjualan dari Media Sosial Ombein Indonesia.....	69
4.	Menentukan Target Pasar untuk Promosi di Sosial Media Ombein Indonesia.....	70
5.	Tujuan Promosi Ombein Indonesia Melalui Sosial Media Selama Pandemi	73
6.	Algoritma dan Strategi Promosi pada Media Sosial Instagram dan Tiktok Ombein Indonesia.....	76
7.	Bauran Promosi Ombein Indonesia Melalui Sosial Media Selama Pandemi	87
8.	Evaluasi Promosi Ombein Indonesia Melalui Sosial Media Selama Pandemi Tahun 2021.....	92
B.	Pembahasan.....	95
1.	Media Sosial Sebagai <i>Platform</i> Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan di Ombein Indonesia.....	95
2.	Tahapan Strategi Promosi Ombein Indonesia Melalui Sosial Media Selama Pandemi.....	102
A.	Kesimpulan.....	123
B.	Saran.....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi pengguna internet Indonesia	2
Gambar 1.2 Persentase jumlah penduduk pengguna internet	3
Gambar 1.3 Salah satu cabang Ombein Indonesia	7
Gambar 2.1 Foto booth Ombein pertama tahun 2020.....	45
Gambar 2.2 Struktur Manajemen Ombein	46
Gambar 2.3 Logo Ombein Indonesia	47
Gambar 2.4 List menu Ombein Indonesia.....	54
Gambar 2.5 List menu Ombein Indonesia.....	54
Gambar 3.1 Konten Tiktok @ombein.id yang mencapai likes terbanyak tahun 2021.....	70
Gambar 3.2 Konten Tiktok @ombein.id di awal tahun 2021 review dari @riderkulineran.....	71
Gambar 3.3 Konten Tiktok @ombein.id di tahun 2021 tentang produk.....	72
Gambar 3.4 Konten promosional di Tiktok Ombein dengan trend anime tahun 2021.....	73
Gambar 3.5 Tweet @ombein.id di tahun 2021	74
Gambar 3.6 Tweet @ombein.id di tahun 2021	76
Gambar 3.7 Informasi bahwa akun Instagram @ombein.id di hacked.....	77
Gambar 3.8 Konten Instagram @ombein_id	82
Gambar 3.9 Beberapa tampilan website resmi Ombein Indonesia	83