

**STRATEGI PROMOSI ONLINE
RUMAH OPTIK JOGYA MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DI MASA PANDEMI COVID-19
TAHUN 2019-2020**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan
Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh

Noor Arif Budiman

NIM: 20140530295

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADYAH YOGYAKARTA
2021**

**HALAMAN PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya,

Nama : Noor Arif Budiman

Nomor Mahasiswa : 20140530295

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ **Strategi Promosi Rumah Optik Jogja di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2019-2020**“ tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 15 Juni 2021



Noor Arif Budiman

MOTTO

**Jangan lihat masa lampau dengan penuh penyesalan, jangan
pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar
anda dengan penuh kesabaran**

(James Thurben)

**Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan**

(QS. Al-Insyirah 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut Alhamdulillah segala pujian hanya bagi Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Allah dan Rasul-Nya
2. Keluargaku, terimakasih banyak atas tiap untaian doa yang senantiasa mengalir semoga menjadi langkah keberhasilanku di dunia dan akhirat.
3. Almamater UMY yang selalu kubanggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat serta hidayah-Nya dan memberi kesempatan dalam menyelesaikan skripsi dengan lancar. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diharapkan penulis, walaupun dengan segala keterbatasan yang dimiliki.

Penulis menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta beserta jajaran.
2. Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan tenaga yang luar biasa dalam memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk berproses selama ini.
4. Kedua orang tua tercinta bapak H. Suwandi dan Mama Hj. Sita Asmah yang senantiasa memberikan inspirasi serta pelajaran hidup yang sangat berharga dan mendukung, mendoakan, dan selalu ada untuk saya, serta kakak saya Mabruki Jayadi, Indah Grisdayana, Imadudin dan Vivi Puspitasari yang selalu memberikan dorongan moril dan semangat.
5. Ucapan terima kasih juga untuk Gea Manisha Maulidina yang selalu mendukung materi, moril, mengingatkan dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini cakep.

6. Seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan ke penulis serta telah memberikan bantuan selama proses penelitian terutama Gilang Faunaldy dan Beti DJ.
7. Pimpinan, manajer Rumah Optik Jogja beserta semua staffnya terimakasih atas bantuan dan partisipasinya.
8. Teman-teman seperjuangan dan seperjalanan di Kampus dan Di Luar kampus :
 - a. Aegis Coffe : owner, headbar dan barista yang selalu memberikan semangat, dukungan dan hiburan.
 - b. Noble Coffe : Alvin Dwiarta Putra (Xia Sun Phin) bos besar, Muhammad Diego, Anggero dan istri, barista dan kitchen di mana bersama bertahan hidup di masa pandemi sampai membangun noble coffe. Susah, senang, berantem bareng hingga judi bareng.
 - c. Dingklik Pork Satay : Kevin Tantra (Kobatama), Laurensia Ditya, Uncle G, SWTWDNSDY. Terimakasih atas ide-ide kreatif, inovasi, event serta support yang tidak ternilai.
 - d. Onoki Mentai : Sugeng Cahyadi, Iyot (Amien Fitriani Alghifari), Andre Kurniawan yang memberikan asupan gizi melimpah dengan dukungan dan bantuan yang sangat banyak, dari putus cinta hingga menemukan cinta cakep.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Namun demikian, merupakan harapan bagi penulis bila karya tulis ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat.

Yogyakarta, 15 Juni 2021



Noor Arif Budiman

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Kerangka Teori	13
1. Strategi Promosi	13
2. Promosi Online	18
3. Media Online	27
4. Media Sosial Instagram	30
F. Metodologi Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Lokasi Penelitian	34
3. Teknik Pengumpulan Data	34
4. Teknik Pemilihan Informan	35
5. Teknik Analisis Data	35
6. Uji Validitas Data	38

BAB II DESKRIPSI RUMAH OPTIK JOGJA	
A. Sejarah Singkat Rumaah Optik Jogja	39
B. Visi dan Misi	41
C. Struktur Organisasi	41
D. Lokasi Rumah Optik Jogja	42
E. Produk.....	42
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Sajian Data	45
1. Perencanaan Promosi	46
2. Pelaksanaan Promosi	56
3. Evaluasi Promosi	66
B. Pembahasan	69
1. Perencanaan Promosi	69
2. Pelaksanaan Promosi	77
3. Evaluasi Promosi	87
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
Daftar Pustaka	94
Lampiran	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kasus Terkontaminasi Positif Covid-19 Maret-Mei 2020	2
Gambar 1.2 Sertifikat Ijin Edar Resmi Dari Kementrian Kesehatan RI	5
Gambar 1.3 Screen Shoot Media Sosial Instagram Rumah Optik Jogja	7
Gambar 1.4 Teknik Analisis Data	36
Gambar 2.1 Logo Rumah Optik Jogja	39
Gambar 2.2 Produk Kacamata	42
Gambar 2.3 Produk Kacamata Anti Radiasi	43
Gambar 2.4 Produk Sunglasses	43
Gambar 2.5 Produk Softlens	44
Gambar 2.6 Interior Rumah Optik Jogja	44
Gambar 3.1 Media Sosial Instagram Rumah Optik Jogja	48
Gambar 3.2 Audience Instagram Rumah Optik Jogja	50
Gambar 3.3 Tujuan Komunikasi Promosi	53
Gambar 3.4 Caption dan Pesan isi	55
Gambar 3.5 Iklan Instagram	60
Gambar 3.6 Review Konsumen	63
Gambar 3.7 Instagram Advertising	64
Gambar 3.8 Promosi Penjualan	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Pengikut Instagram	6
Tabel 1.2 Laporan Omset Penjualan Rumah Optik Jogja	8
Tabel 2.1 Daftar Produk Rumah Optik Jogja	42