

**STRATEGI PROMOSI SRENGENGE CULTURE LAB
DALAM MEMPERKENALKAN FILM ABRACADABRA
MELALUI INSTAGRAM PERIODE 2019-2020**

SKRIPSI

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



Dosen Pembimbing:

Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M

Disusun oleh:

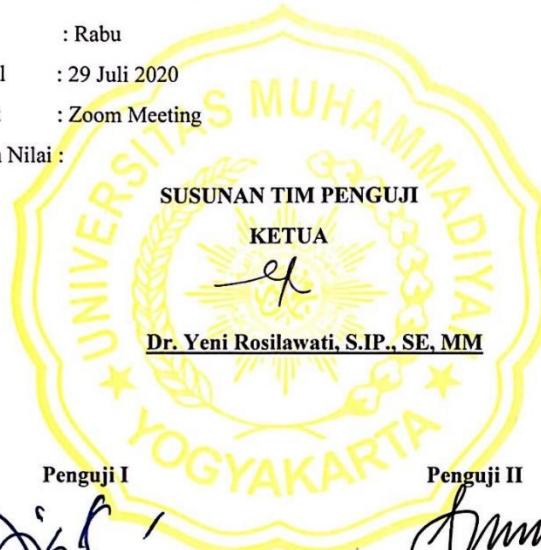
Fikri Nuril Huda (20160530116)

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 29 Juli 2020
Tempat : Zoom Meeting
Dengan Nilai :



SUSUNAN TIM PENGUJI

KETUA

Handwritten signature of Dr. Yeni Rosilawati in black ink.

Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., SE, MM

Penguji I

Handwritten signature of Dr. Adhianty Nurjanah in black ink.

Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si.

Penguji II

Handwritten signature of Taufiqurrahman in black ink.

Taufiqurrahman, S.IP., MA., Ph. D.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada tanggal



Harvadi Arief Nuur Rasvid, S.IP., M.Sc

CS Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fikri Nuril Huda
Nomor Mahasiswa : 20160530116
Konsentrasi : *Advertising*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan Judul “Strategi Promosi Srengenge Culture Lab Dalam Mempromosikan Film Abracadabra Melalui Instagram Periode 2019-2020” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka siap dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta,

Fikri Nuril Huda

MOTTO

Never Give Up.. Just Do It..

Jatuh Sekali, Bangkit berkali-kali..

Jika saya gagal, maka saya akan memulainya kembali. Sebab dalam kehidupan,
saya tidak kenal kata menyerah, Insya Allah..

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 Rismadona Chadri dan Buyung Lembang Alam yang telah membesarkan dan menghantarkan anaknya sampai pada titik ini. Serta sebagai sumber motivasi dalam menyelesaikan Skripsi Ini.
4. Adik-Adik saya, Gita Aulia Pratiwi dan Nadya Shafwa Ezaria sebagai penyemangat hidup saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-Teman seperjuangan dari berbagai kalangan. Ilmu Komunikasi 2016, Advertising 2016, Fismo Club, Himaja UMY, Noopet Production, Sahabat Onah, Komisi 4 Fismo, Serta yang lainnya yang tak dapat disebutkan satu-persatu.
6. Srengenge Culture Lab 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. Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM. dengan kesabaran dan kebesaran hati beliau untuk berkenan membimbing serta memberi arahan kepada saya sebagai mahasiswa bimbingannya.
2. Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si sebagai dosen penguji skripsi.
3. Taufiqur Rahman., S.IP., MA., Ph.D sebagai dosen penguji skripsi.
4. Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UMY.
5. Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si. 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. Srengenge Culture Lab
9. Mas Yazied Syafaat, selaku Executive Creative Director di kantor Srengenge Culture Labs.

10. Mas Yohanes Agung Wimadhiputra, Selaku Creative Gruphead di kantor Srengenge Culture Labs.
11. Seluruh keluarga besar Srengenge Culture Lab
12. Fisipol Society Empowerment Club (Fismo Club) sebagai suatu organisasi tempat saya berproses dan mendapatkan banyak ilmu serta pengalaman.
13. Kepada sahabat-sahabat dimanapun berada yang memberi dukungan dan do'a kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
14. Noopet Production, Himaja UMY, Sahabat Onah dan Komisi 4 Fismo yang selalu memberi dukungan dan semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi. Serta Muhammad Naufal Fadillah yang telah menjadi teman satu bimbingan tempat penulis bertanya banyak hal terkait penelitian.
15. 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, 23 Juli 2020

Fikri Nuril Huda

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	x
ABTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13

E. Kerangka Teori.....	14
1. Promosi.....	14
2. Konsep Komunikasi Pemasaran dalam Teknologi Modern.....	24
3. Promosi Konten.....	18
4. Instagram.....	19
F. Metode Penelitian.....	22
1. Teknik Pengumpulan Data	22
2. Informan Penelitian	22
3. Sumber Data.....	23
4. Teknik Analisis Data.....	24
5. Keabsahan Data.....	25
G. Sistematika Penulisan.....	30

BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah PT. Srengenge Cipta Imagi	31
B. Visi PT. Srengenge Cipta Imagi.....	32
C. Struktur Organisasi.....	33

BAB III SAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Sajian Data	36
1. Perencanaa Strategi Promosi Srengenge Culture Lab Dalam Memperkenalkan Film Abracadabra Melalui Instagram.....	38

2. Implementasi Strategi Promosi Srengenge Culture Lab Dalam Memperkemalkan Film Abracadabra Melalui Instagram	45
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Promosi Film Abracadabra Melalui Instagram	53
B. Analisis Data.....	55
1. Perencanaan Strategi Promosi Srengenge Culture Lab Dalam Memperkenalkan Film Abracadabra Melalui Instagram.....	56
2. Implementasi Strategi Promosi Srengenge Culture Lab Dalam Memperkemalkan Film Abracadabra Melalui Instagram	64
3. Catatan Kritis Penulis.....	77
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83