

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL ITS PIZZA TIMES MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

Ersa Yulriawan

20160530072

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

2022

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL ITS PIZZA TIMES MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

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

Disusun oleh:

Ersa Yulriawan

2016053007

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ersu Yulriawan

NIM : 20160530072

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis



10000
METERAI
TEMPEL
BBBAKX273167791
Ersa Yulriawan

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, Herutomo, dan Sri Prasetyaningsih yang selalu mendukung, memberi semangat dan kasih sayang yang tiada henti bagi saya. Tanpa mereka, saya tidak akan bisa sampai pada titik ini.
2. Kakak saya Ersi Arumsari yang menjadi role model bagi saya untuk menjadi lebih baik dan selalu bersedia menjadi tempat cerita mengenai perkuliahan.
3. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang membangun dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Nur Sofyan, S.Ikom., M.Ikom yang juga telah memberi saya semangat dan dorongan dalam penyusunan skripsi.
5. Isna Sativa yang telah memberikan suport system kepada saya.
6. Deni Irza dan Ihza Yuda yang telah membantu saya dalam pengerjaan skripsi.
7. Sahabat-sahabat saya yang selalu menemani, menghibur, menyemangati, saling mendukung, berbagi pengalaman dan berproses bersama.
8. Teman-teman seperjuangan ilmu komunikasi 2016 yang berjuang demi kelulusan bersama.
9. Kopine Eyang yang selama ini menjadi tempat berkeluh kesah selama proses pengerjaan skripsi.
10. Narasumber penelitian, Resya Arva, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk saya wawancara dalam penelitian ini serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya.

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.

MOTTO

“SELESAIKANLAH APA YANG SUDAH DIMULAI”

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 Digital Its Pizza Times Melalui Media Sosial Instagram" ini untuk memenuhi sebagian persyaratan Akademik Program Studi Strata 1 (S1) pada Jurusan Advertising, 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. Bapak DR. Takdir Ali Mukti, 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.

4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A, Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom 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 *Its Pizza Times* 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. Kekasih saya yang selalu memberi *support* untuk mengerjakan skripsi.
10. 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, 17 Januari 2023



Ersa Yulriawan

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Strategi Promosi	11
2. Strategi promosi online	14
3. Tahapan Promosi Digital.....	16
4. Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Digital.....	28
F. Metode Penelitian.....	32
1. Jenis Penelitian	32
2. Objek Penelitian	32
3. Teknik Pengumpulan Data	33
4. Teknik Analisis Data	34
G. Uji Validitas Data	35
H. Sistematika Penulisan	37
BAB II	38
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	38

A. Its Pizza Times	38
a. Profile Its Pizza Times	38
b. Lokasi	40
c. Visi dan Misi Its Pizza Times.....	41
d. Menu.....	41
BAB III.....	42
SAJIAN DAN ANALISIS DATA	42
I. SAJIAN DATA	42
II. ANALISIS DATA.....	47
BAB IV	52
KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. KESIMPULAN	52
B. SARAN	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Perusahaan dan pembisnis Restoran Pizza New York *style* di Yogyakarta yang menggunakan *Instagram* sebagai sarana promosi. 5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	3
Gambar 1.2	6
Gambar 2.1	39
Gambar 2.2	40
Gambar 3.1 Invitation Secara Langsung Kepada Konsumen	45
Gambar 3.2 Profil Instagram Its Pizza Times	46
Gambar 3.3 Campaign Instagram	47